

UNIVERSIDADE FEDERAL DO AMAZONAS
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

WILLIAM COSTA DA SILVA

“JÁ SINTO O MANTO”: a tecitura ecossistêmica do pentecostal na *Internet*

MANAUS

2020

WILLIAM COSTA DA SILVA

“JÁ SINTO O MANTO”: a tecitura ecossistêmica do pentecostal na *Internet*

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade Federal do Amazonas, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Ciências da Comunicação, Área de Concentração Ecossistemas Comunicacionais e Linha de Pesquisa Redes e Processos Comunicacionais.

Orientadora: Dra. Maria Emília Pereira de Oliveira Abbud

MANAUS

2020

Ficha Catalográfica

Ficha catalográfica elaborada automaticamente de acordo com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

| | |
|-------|--|
| S586m | Silva, William Costa da Já sinto manto : a tecitura ecossistêmica do pentecostal na internet / William Costa da Silva . 2020 147 f.: il. color; 31 cm. Orientadora: Dra. Maria Emília Pereira de Oliveira Abbud Dissertação (Mestrado em Ciência da Comunicação) - Universidade Federal do Amazonas. 1. ecossistemas comunicacionais. 2. pentecostais. 3. youtube. 4. publicização. 5. internet. I. Abbud, Dra. Maria Emília Pereira de Oliveira. II. Universidade Federal do Amazonas III. Título |
|-------|--|

WILLIAM COSTA DA SILVA

“JÁ SINTO O MANTO”: a tecitura ecossistêmica do pentecostal na *Internet*

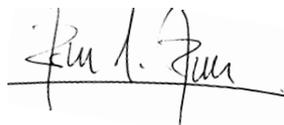
Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade Federal do Amazonas, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Ciências da Comunicação, Área de Concentração Ecossistemas Comunicacionais e Linha de Pesquisa Redes e Processos Comunicacionais.

Aprovado em 26 de maio de 2020.

BANCA EXAMINADORA



Prof^ª Dra. Maria Emília Pereira de Oliveira Abbud, Presidente
Universidade Federal do Amazonas - PPGCCOM



Prof Dr. Renan Albuquerque Rodrigues, Membro
Universidade Federal do Amazonas – PPGCCOM



Prof. Dr. André Wilson Archer Pinto Salgado, Membro
Instituto Federal do Amazonas

Em meio à
pandemia causada
pelo Covid-19, a
perda, a dor e o
sofrimento, minha
homenagem a todos
que partiram.

AGRADECIMENTOS

Pedimos muito e por vezes esquecemo-nos de agradecer. A gratidão é, sobretudo, um gesto de reconhecimento a quem, que de alguma, nos ajudou a caminhar. Obrigado, Deus!

Não costumamos ser gratos por quem pisou em nosso pé, nos deu rasteiras ou nos negou algo, mas é um exercício necessário, que preciso fazer nesse momento, agradecer pelos “nãos”, pelas pedras, barreiras e por todas as circunstâncias e motivos que tive e precisei superar para chegar até aqui. E não foi um caminho fácil.

É difícil lembrar de todo mundo, mas vou me esforçar, no entanto, se você esteve comigo, ouviu minhas queixas, deu-me uma dica, mostrou-me um caminho ou viu meu esforço, agradeço-te verdadeiramente.

Gratidão também a minha orientadora Professora Doutora Maria Emília Abbud, que topou entrar nesse “manto” pentecostal e me ajudou a desvendar muito das entrelinhas durante essa pesquisa. Destaco também sua paciência e compreensão em momentos de aflição ao longo dessa jornada, além do seu conhecimento que levarei parte dele para a vida!

Aos meus outros professores que me deram parte de si ao longo da minha existência, e aos do PPGCCOM/UFAM pelas aulas ministradas, sermões, leituras e avaliações desse trabalho, quando ainda era só um grãozinho. Vocês ajudaram com muitos novelos para que eu pudesse tecer essa pesquisa. Vale também lembrar os professores, com os quais pude compartilhar e aprender durante congressos, seminários e por produções científicas.

A minha família que é minha base para tudo, e mesmo alguns sem entender a dimensão de onde estou chegando, ajudam-me com o que podem e da forma que podem para ver-me bem, conquistando meus objetivos e metas de vida.

Às amigas queridas e mestras que o PPGCCOM me deu. Por ordem alfabética: Andréia Santos, Helciane Coelho, Laísa Maida, Maya Batista e Renata de Lima. Obrigado por me tolerarem nesse tempo e para além dele, não tenham dúvida. Um carinho pelos demais colegas da turma de 2017 do mestrado, representada por Genivaldo Lacerda, *in memoriam*, que meu deu grandes dicas para a construção desta pesquisa e fatidicamente precisou nos deixar durante esse percurso acadêmico.

*Assim, Ele designou alguns
para apóstolos, outros para
profetas, outros para evangelistas
e outros para pastores e mestres.*

Efésios 4:11

RESUMO

Pesquisa científica de abordagem exploratória e explicativa, com aspectos metodológicos e procedimentos de condução da dissertação que se configuram como um Estudo de Caso. O estudo tem por objetivo discutir a representação do pentecostal na *Internet*, a partir de narrativas de vídeos de humor criados por Vini Rodrigues, intérprete do personagem pastor Jacinto Manto, em seu canal no *Youtube*. A pesquisa objetivou identificar estratégias de publicização; compreensão do estereótipo do evangélico na rede; e entendimento da representação do personagem diante das interações com os internautas. O método netnográfico foi utilizado como suporte para a imersão do pesquisador no ambiente *on-line* a fim de fazer levantamentos de dados, análise da amostra e considerações sobre o objeto. A perspectiva dos Ecosistemas Comunicacionais conduziu o olhar à identificação de fenômenos durante o processo comunicativo de interações, inter-relações e interconexões do objeto e sujeito com o meio, em sua complexidade, sustentado pelo referencial teórico proposto. Verificou-se, portanto, como as narrativas que definem a religiosidade de um pentecostal em um espaço *off-line* são desconstruídas na *Internet*, e como o humor pode representar esse processo de ruptura, ainda que encontre resistências por se “brincar com as coisas de Deus”. No ciberespaço há a resignificação do pentecostal, que retorna ao meio evangélico e ocupa outros espaços, os quais ortodoxos. Com o estudo, constatou-se que o personagem torna-se uma webcelebridade e constrói a narrativa proselitista e acessível pelo humor, e usa de elementos da publicização em torno do personagem, para aumentar a lucratividade comercial.

Palavras-chave: ecosistemas comunicacionais, pentecostais, *youtube*, publicização, *internet*

RESUMEN

Investigación científica con un enfoque exploratorio y explicativo, con aspectos metodológicos y procedimientos para llevar a cabo la disertación que se configuran como un estudio de caso. El estudio tiene como objetivo discutir la representación del pentecostal en *Internet*, a partir de narraciones de videos de humor creados por Vini Rodrigues, un intérprete del personaje del pastor Jacinto Manto, en su canal de *Youtube*. La investigación tuvo como objetivo identificar estrategias publicitarias; comprensión del estereotipo de lo evangélico en la red; y la comprensión de la representación del personaje frente a las interacciones con los usuarios de Internet. El método netnográfico se utilizó para apoyar la inmersión del investigador en el entorno en línea con el fin de realizar encuestas de datos, análisis de muestras y consideraciones sobre el objeto. La perspectiva de los ecosistemas comunicacionales condujo a la identificación de fenómenos durante el proceso comunicativo de interacciones, interrelaciones e interconexiones del objeto y el sujeto con el entorno, en su complejidad, respaldado por el marco teórico propuesto. Se verificó, por lo tanto, cómo las narrativas que definen la religiosidad de un pentecostal en un espacio fuera de línea se deconstruyen en *Internet*, y cómo el humor puede representar este proceso de ruptura, a pesar de que encuentra resistencia al "jugar con las cosas de Dios". En el ciberespacio hay un nuevo significado de pentecostal, que vuelve al medio evangélico y ocupa otros espacios, que son ortodoxos. Con el estudio, se descubrió que el personaje se convierte en una celebridad web y construye la narrativa proselitista y accesible por humor, y utiliza elementos de publicidad en torno al personaje, para aumentar la rentabilidad comercial.

Palabras clave: ecosistemas comunicacionales, pentecostales, *youtube*, publicidad, *internet*

LISTA DE FIGURAS

| | |
|--|------------|
| Figura 1 – Aline Barros canta no programa Altas Horas Especial Criança Esperança da TV Globo..... | 54 |
| Figura 2 – Personagens que representam evangélicos em telenovelas da TV Globo..... | 56 |
| Figura 3 – Canal “Tô Solto” do <i>Youtube</i>. Página Inicial..... | 68 |
| Figura 4 – Glossário Popular Evangélico..... | 74 |
| Figura 5 – Curso para desviado..... | 77 |
| Figura 6 – Oração forte para namorar..... | 82 |
| Figura 7 – Uber Pentecostal..... | 87 |
| Figura 8 – Pentecostal jogando videogame..... | 93 |
| Figura 9 – Pentecostal no site de relacionamento Badoo..... | 97 |
| Figura 10 – Playlist Gospel da Minha Vida Amorosa pelo Flipagram..... | 103 |
| Figura 11 – Reagindo aos Pentecostais pelo Flipagram..... | 108 |
| Figura 12 – GPS Pentecostal com participação de Rodrigo “El Gato” Fernandes..... | 114 |
| Figura 13 – Pentecostal no <i>Crossfit</i>..... | 118 |
| Figura 14 – Cartaz de divulgação de show do Jacinto Manto em igreja Pentecostal..... | 131 |

LISTA DE QUADROS

| | |
|--|-----|
| Quadro 1 – Líderes evangélicos brasileiros e quantidade de seguidores em redes sociais..... | 46 |
| Quadro 2 – Canais e fanpages em redes sociais criados por evangélicos com conteúdo confessional..... | 49 |
| Quadro 3 – Vídeos escolhidos para análise - Canal “Tô Solto” em 2017..... | 70 |
| Quadro 4 – Análise do Vídeo 1..... | 75 |
| Quadro 5 – Relações ecossistêmicas em rede..... | 78 |
| Quadro 6 – Análise do Vídeo 2..... | 79 |
| Quadro 7 – Análise do Vídeo 3..... | 85 |
| Quadro 8 – Análise do Vídeo 4..... | 89 |
| Quadro 9 – Análise do Vídeo 5..... | 94 |
| Quadro 10 – Análise do Vídeo 6..... | 99 |
| Quadro 11 – Análise do Vídeo 7..... | 105 |
| Quadro 12 – Análise do Vídeo 8..... | 110 |
| Quadro 13 – Análise do Vídeo 9..... | 116 |

LISTA DE GRÁFICOS

| | |
|---|------------|
| Gráfico 1 – Percentual da população residente, segundo os grupos de religião Brasil..... | 39 |
| Gráfico 2 – Processos Comunicativos..... | 123 |

SUMÁRIO

| | | |
|-------------|--|------------|
| | INTRODUÇÃO..... | 14 |
| 1 | ECOSSISTEMAS COMUNICACIONAIS..... | 17 |
| 1.1 | Formas de Conhecimentos..... | 17 |
| 1.2 | A complexidade..... | 22 |
| 1.3 | Processos Comunicacionais..... | 24 |
| 1.4 | Religião na Complexidade..... | 28 |
| 2 | EVANGÉLICOS E <i>INTERNET</i>..... | 31 |
| 2.1 | Resgate histórico..... | 31 |
| 2.1.1 | Movimento Pentecostal..... | 34 |
| 2.1.2 | Características Identitárias..... | 36 |
| 2.2 | Evangélicos no Brasil..... | 38 |
| 2.3 | Movimento pentecostal nos meios de comunicação..... | 40 |
| 2.4 | Evangélicos na <i>Internet</i>..... | 43 |
| 2.5 | Representações dos evangélicos na mídia..... | 52 |
| 2.6 | <i>Youtubers</i>: as webcelebridades..... | 58 |
| 2.7 | Publicização no <i>Youtube</i>..... | 62 |
| 3 | PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS..... | 65 |
| 3.1 | Aproximação com o tema..... | 65 |
| 3.2 | Delineamento da Pesquisa..... | 66 |
| 3.3 | Objeto da Pesquisa: Canal “Tô Solto”..... | 67 |
| 3.3.1 | A coleta de dados..... | 69 |
| 3.3.2 | Condução da análise..... | 70 |
| 3.3.3 | Objetivos..... | 71 |
| 3.3.4 | Levantamento de dados..... | 72 |
| 4 | TECITURA DA PESQUISA..... | 74 |
| 4.1 | Vídeo 1 – Curso para desviado..... | 75 |
| 4.1.1 | Observações e análises do Vídeo 1..... | 76 |
| 4.2 | Vídeo 2 – Oração forte para namorar..... | 79 |
| 4.2.1 | Observações e análises do Vídeo 2..... | 80 |
| 4.3 | Vídeo 3 – Uber pentecostal..... | 84 |
| 4.3.1 | Observações e análises do Vídeo 3..... | 86 |
| 4.4 | Vídeo 4 – Pentecostal jogando videogame..... | 89 |
| 4.4.1 | Observações e análises do Vídeo 4..... | 90 |
| 4.5 | Vídeo 5 – Pentecostal no site de relacionamento Badoo..... | 94 |
| 4.5.1 | Observações e análises do Vídeo 5..... | 95 |
| 4.6 | Vídeo 6 – Playlist gospel da minha vida amorosa pelo Flipagram..... | 99 |
| 4.6.1 | Observações e análises do Vídeo 6..... | 100 |
| 4.7 | Vídeo 7 - Reagindo aos pentecostais..... | 104 |
| 4.7.1 | Observações e análises do Vídeo 7..... | 105 |
| 4.8 | Vídeo 8 – GPS pentecostal <i>feat.</i> El Gato..... | 109 |
| 4.8.1 | Observações e análises do Vídeo 8..... | 111 |
| 4.9 | Vídeo 9 – Pentecostal no <i>Crossfit</i>..... | 115 |
| 4.9.1 | Observações e análises do Vídeo 9..... | 117 |
| 4.10 | Perspectivas Ecológicas..... | 120 |
| | CONSIDERAÇÕES..... | 134 |
| | REFERÊNCIAS..... | 140 |

INTRODUÇÃO

A proposta de dissertar a respeito da presença de evangélicos na *Internet* parte de uma cuíra¹ do autor, que constrói desde a graduação um percurso de pesquisa na área de Comunicação e Religiões. O estudo, portanto, se desenvolve a partir da análise a vídeos do canal do *Youtube* “Tô Solto”, em que o humorista e *digital influencer* Vini Rodrigues, interpreta o personagem pastor pentecostal Jacinto Manto, o qual, através de esquetes, vive situações do cotidiano evangélico.

A pesquisa proposta se insere na Linha 1 – Redes e Processos Comunicacionais da Área de Concentração do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação (PPGCCOM), da Universidade Federal do Amazonas (Ufam): Ecossistemas Comunicacionais, que versa sobre o olhar da Complexidade em Edgar Morin, Teoria Geral dos Sistemas de Ludwig von Bertalanffy e Ecologia Profunda, defendida por Fritjof Capra, além de outros teóricos, para a construção de uma perspectiva, em que “os processos comunicativos são entendidos a partir da complexidade envolvida nas relações entre os diferentes sistemas que dão vida às práticas comunicativas” (PPGCCOM, 2012).

Considerando a complexidade da proposta e olhando sob a perspectiva dos ecossistemas comunicacionais, os quais se consolidam diante das interconexões que se estabelecem entre os sujeitos, é válido pensar na construção da temática da pesquisa, a partir da dimensão do perfil do evangélico pentecostal no ciberespaço, uma vez que a *Internet* emerge como ferramenta “evidente na luta contestatória acerca dos significados da religião cristã”, conforme ponderado por Guimarães (2014), e a busca por compreender essa relação nos estimula a caminhar com a dissertação.

O desenvolvimento deste estudo de caso corrobora nesse sentido de compreensão das interconexões, dos processos e fenômenos comunicacionais evidenciados na representação do pentecostal na *Internet*, a partir das análises de vídeos do canal “Tô Solto” no *Youtube*, que traz um personagem pastor pentecostal, Jacinto Manto, encenado por Vini Rodrigues, em situações e casos do cotidiano de um evangélico.

Diante dessa premissa, pode-se pensar na seguinte norte para o desenvolvimento desta pesquisa: O canal do *Youtube* “Tô Solto”, de Vini Rodrigues, constrói no ciberespaço a representação do evangélico pentecostal de forma equivocada, comprometendo o sagrado?

¹ Palavra comum no linguajar amazônico que significa “inquieto, desassossegado, agitado, ansioso, aflito”, segundo Oliveira (2008).

Propõem-se, construir o estudo com o objetivo principal de analisar, a partir do canal “Tô Solto”, do humorista Vini Rodrigues, a representação do evangélico pentecostal na *Internet*, tendo como referência a perspectiva dos ecossistemas comunicacionais.

Como objetivos específicos, buscamos identificar as estratégias de publicização de Vini Rodrigues contidas nos vídeos do canal “Tô Solto” do *Youtube*; Compreender o estereótipo de um pastor pentecostal, a partir do personagem Jacinto Manto, contido nos vídeos do canal; e entender, sob o olhar dos ecossistemas comunicacionais a representação do evangélico pentecostal diante dos comentários postados pelos internautas nos vídeos do canal “Tô Solto”, produzido por Vini Rodrigues.

O percurso metodológico parte de uma pesquisa exploratória e explicativa, em que se busca levantar informações sobre o objeto, registrar e analisar os fenômenos, identificando causas e prospectando interpretações, características de um estudo de caso, conforme pondera Severino (2010), e se a apóia no método netnográfico.

Para Kozinets (2014, p. 178), a netnografia é um tipo de etnografia *on-line* ou na *Internet*, que fornecem diretrizes e procedimentos para observação participantes, às “contingências da comunidade e cultura on-line que se manifestam por meio de comunicações mediadas por computador”, mas a pesquisa também não limita ao método.

Há, portanto, na análise e no desenvolvimento da dissertação a integração com a perspectiva dos ecossistemas comunicacionais, o qual afirma Monteiro (2012), é um campo de estudo emergente, em que os processos comunicativos são entendidos a partir da complexidade envolvida entre os sistemas. Logo, as relações que se evidenciam ao longo dos fenômenos em análise, mesmo que de diferentes instâncias, estão em um mesmo enunciado cultural.

Os vídeos foram analisados e explicados, elencaram-se os elementos que puderam revelar como se dá a construção da representação do evangélico pentecostal na *Internet*, a partir de seu cotidiano, identificando as estratégias de publicização, compreendendo o contexto social, e por fim, buscando entender a representação do perfil evangélico na *Internet*, com base nos comentários postados por internautas nos vídeos do canal “Tô Solto”, segundo as interações e conversas geradas na rede social.

A construção da dissertação está dividida em três momentos, o primeiro capítulo inicia com o resgate teórico das formas de conhecimentos, a importância de produzir ciência a partir da perspectiva dos ecossistemas comunicacionais, bem como os processos comunicativos, além de um olhar da complexidade para a religião. Essa fundamentação é

importante para a construção da linha de raciocínio e para a perspectiva da pesquisa, que se darão nos capítulos seguintes, como uma agulha pronta para o tear.

No capítulo 2, há o levantamento da relação entre evangélicos e *Internet*, com tópicos que vão desde a história do movimento pentecostal, presença nos meios de comunicação e *Internet*, representações na mídia, construções identitárias e estratégias de publicização. O capítulo pode ser visto como a linha, que já é formada por entrelaçamentos de fibras, mas essencial para ser usada por uma sucessão contínua de pontos a fim de costurar algo, que aqui é a pesquisa.

No capítulo 3, são apresentados os procedimentos metodológicos, o caminho para a costura da pesquisa, a aproximação com o tema, o objeto-sujeito da análise, o delineamento de condução, além da amostra, objetivos e o direcionamento do olhar para o capítulo seguinte.

Por fim, no capítulo 4, não menos importante, apresenta-se a tecitura da pesquisa, onde são feitas as análises e as interpretações ecossistêmicas que se evidenciaram ao longo do estudo. Para assim, apresentar a rede de fenômenos, com as reflexões a cerca da representação do “pastor pentecostal” na *Internet* e para além dela.

1 ECOSISTEMAS COMUNICACIONAIS

1.1 Formas de Conhecimentos

A consolidação do conhecimento fundada em experimentos de verificação e validação, resultantes em dados concretos, pautados pela dissensão das práticas que não podem ser comprovadas sob esse método, constrói de forma ideológica, concreta e prática o que consideramos ciência.

Com a necessidade de formalizar e apresentar explicação tangível, a construção de um conhecimento científico ficou condicionada apenas àquilo que pudesse dar margem para sua comprovação. Neste sentido, ficariam de fora as formas ou tipos de conhecimentos que não fossem explicados dentro do parâmetro de provas concretas, o que se apresenta como diferente ou de não ter como valorar cientificamente.

Diante dessa premissa é apresentada e apoiada na comunidade científica, uma ruptura de conhecimentos, como salientado por Gressler (2003).

A necessidade de se ter fundamentos sobre o processo de investigação e sobre a certeza dos resultados despertou o interesse de pensadores, já no início do século XVI, em três povos distintos do Ocidente. Na França, René Descartes pautou sua defesa no método dedutivo; na Inglaterra, o grande teorizador da experimentação, Francis Bacon, deu uma configuração doutrinária à indução experimental, procurando ensinar alguns métodos rudimentares de observação e apontamentos e na Itália, Galileu Galilei, preocupado em instituir um pensamento baseado na experimentação, resolveu pôr à prova alguns ensinamentos de Aristóteles (GRESSLER, 2003, p. 28).

Os principais cientistas de seus referidos tempos estavam comprometidos com suas verdades, a fim de apresentar dados que as comprovassem. Imbuídos de um pensamento excludente, no sentido de desatrelar o que não pudesse ser validado a partir de suas próprias teorias.

Descartes (2010), empenhado com a racionalidade, separou alma e corpo, matéria e pensamento, ou seja, na busca da verdade primeira precisou se distanciar do senso comum, da religião e da natureza. Portanto, há uma ruptura do conhecimento, que passa então por um processo de fragmentação.

Como percebido por Andery (1996), Francis Bacon pautou suas experimentações com base no empirismo, preocupado com a relação do homem com a natureza, ou seja, preso a um conhecimento segmentado, já como reflexo da ruptura da ciência. Concentrado em

defender um pensamento crítico, Bacon (2006) trabalhou na perspectiva de libertação das superstições que conduziriam, na visão dele, o homem ao erro.

Outro cientista, Galileu Galilei (2001), entrou em conflito com a Igreja Católica por apresentar a teoria em que o sol é o centro do sistema solar e não a terra como a defendida pela igreja, reafirmando os estudos de Copérnico. Suas pesquisas se consolidaram fundamentadas na Física, na Matemática, na Astronomia e, principalmente na criação do método científico, fundado na experimentação.

Assim como Galileu, outros filósofos, cientistas, físicos, matemáticos e astrônomos, desenvolveram suas teorias baseadas na ciência, que emergia junto a um método, a uma forma ou a parâmetros delimitados para validação, se distanciando do senso comum, tido como um “vasto conjunto de concepções geralmente aceitas como verdadeiras em determinado meio social” (Cotrim, 2002, p.46).

Como conhecimento sistemático, organizado a partir de estudos, observações, testes e teorias, a ciência buscou sobrepor-se à filosofia, que não tinha todas as respostas, vista como conhecimento assistemático, que dialogava sem estrutura, investigação ou experimentação, e propunha conclusões sem provas.

Com a ciência preocupada em responder todos os questionamentos, é criado um processo de representação da realidade, a partir da estruturação da mente do homem, onde a razão passa a conduzir o conhecimento científico.

Além do científico, Marconi e Lakatos (2003), apresentam mais três formas de conhecimento, são eles, o popular (senso comum ou empírico), o filosófico e o religioso (teológico), os quais, alicerçados na ruptura da ciência, o conhecimento fragmentado gerou nichos que se apropriaram de seus ideais e compuseram suas teorias com bases próprias, consolidadas em torno de seus próprios parâmetros.

A partir dessa divisão, as formas de conhecimento passam a interagir com o mundo sob suas ópticas, e buscam, à sua maneira, interpretar os fenômenos do mundo construindo suas verdades. Neste aspecto, a relação do sujeito com o objeto se constrói dentro de caixas que delimitam o crescimento das raízes e as respostas, que poderiam ser encontradas em outras caixas, são encontradas apenas em si mesmo.

Segundo Hessen (1980), o conhecimento se apresenta entre a relação do sujeito e o objeto, ou seja, o dualismo existente é pertencente à essência do conhecimento, criando uma correlação, onde “o sujeito só é sujeito para um objeto e o objeto só é objeto para um sujeito. Ambos eles só são o que são enquanto o são para o outro”, ainda que distintos, são co-dependentes para existir.

A dualidade entre o sujeito e o objeto é a chave da discussão inerente ao conhecimento, e, para este estudo, nos delimitaremos apenas em apresentar os tipos de conhecimentos, caminhando ao processo de retomada e re-ligação de saberes.

Recuperando a proposta de tipificar o conhecimento, Marconi e Lakatos (2003) qualificam o conhecimento popular por ser aquele onde, no cotidiano, se constrói a partir dos saberes experimentados no discurso popular, no “ouvi dizer” ou ainda no “porque eu senti”. A relação sujeito – objeto, apoiada na oralidade, é base de sustentação do senso comum.

Segundo Silva (2015), o conhecimento sustentado no senso comum tem como característica ser valorativo, pois se constrói e se realiza por meio de ânimo e emoções; direto e imediato, em que não se busca verificação profunda dos fenômenos que o envolve; assistemático, evidenciado com os costumes e tradições; verificável, apenas no cotidiano, e; falível, pois não há formulação de hipóteses de forma geral, a explicar todas as situações.

As práticas cotidianas mediadas, em muitos aspectos, por experimentos próprios, levam as pessoas ao entendimento das causas e efeitos de suas afirmativas. Se, por exemplo, dentro de um ambiente hierárquico, onde os mais experientes em idade colocam suas percepções, a partir do conhecimento adquirido ao longo de sua vida, os mais novos acreditarão na verdade colocada pelo mais velho, mesmo que não testada ou verificada pelo mais novo.

A dissipação desse conhecimento adquirido, por experiência própria ou por ouvir falar, constrói uma realidade social, onde vários aspectos não são discutidos, apenas aceitos. O questionamento não é um anseio, mas o concordar, por influência, ou seja, é a validação das verdades repassadas.

Diferente do popular, o conhecimento filosófico busca tirar o indivíduo da zona de conforto e questionar, a partir do meio em que está inserido. Neste caso, propor a criação de conceitos, ideias e reflexão crítica que versam na busca pelo saber sem a preocupação de comprovação, conhecimento esse que “conduz à reflexão crítica sobre os fenômenos e possibilita informações coerentes. Seu objetivo é o desenvolvimento funcional da mente, procurando educar o raciocínio” (FACHIN, 2005).

Em Silva (2015), o conhecimento filosófico se apresenta, em suas características, como valorativo, pois as hipóteses partem de experiências, visões de mundo e princípios; sistemático, porque se preocupa em levantar enunciados coerentes e organizados, partindo de uma pergunta; não verificável, onde a explicação ao fenômeno é feita em sua totalidade, a partir de suas relações; e, infalível, pois, mesmo que haja questionamentos, nesses casos, são tidos como visões, ou seja, percepções racionais diferentes, mas não falido ou superado.

No conhecimento científico, a experimentação é a busca por respostas que se aproximem da verdade, por meio da investigação e da comprovação ou não de suas hipóteses, conforme apontado por Severino (2010),

[...] a ciência trabalha, pois, com raciocínios indutivos e com raciocínios dedutivos. Quando passa dos fatos às leis, mediante hipóteses, está trabalhando com indução; quando passa das leis às teorias ou destas aos fatos, está trabalhando com a dedução. (...) Foi esse o método adotado pelos cientistas que lhes permitiu construir uma imagem mecânica do mundo. O mundo natural é conjunto de partículas em movimento, dotadas de energia, e que se ligam entre si de acordo com 'leis fixas e imutáveis', gerando assim uma total regularidade do funcionamento do universo (SEVERINO, 2010, p.105).

Esse é o método que a sociedade moderna adotou para legitimar a existência material, ou seja, a responsabilidade de construir e desenvolver a técnica, principalmente pela revolução industrial, que aprimorou a mecanização, ao apropriar-se da ciência, por meio de um pensamento lógico-dedutivo do mundo moderno, comprometida unicamente em regular e operar com a técnica.

O conhecimento científico não é unânime em suas respostas, pois se parte de um raciocínio dedutivo, as premissas estarão ligadas a conclusões, visto que se forem verdadeiras, os resultados e conclusão também serão. No entanto, há margens de erros, quando se leva em consideração, elementos humanos durante o processo da pesquisa.

Apesar de a ciência trabalhar com dados, provas fatuais, ela não fica isenta de erros de interpretação dessas provas. Por mais que se esforce, o cientista, o investigador, estará sempre sendo influenciado por uma ideologia, por uma visão de mundo, pela sua formação, pelos elementos culturais e pela época em que vive. Há uma expectativa que orienta a sua visão de mundo e a busca de explicações. Para minimizar os possíveis erros decorrentes de uma expectativa subjetiva, é que a ciência exige a intersubjetividade, isto é, a possibilidade de a comunidade científica ajuizar consensualmente sobre a investigação, seus resultados e métodos utilizados (KÖCHE, 2011, p.32).

Ainda diante da relação desenvolvida pelo homem com o ambiente, do qual faz parte, e na busca por explicações dos fenômenos que se dão no entorno dessa relação, o conhecimento religioso pode explicar à luz da fé, que baseado na teologia, encontra respostas em um ser maior, um deus, de forma transcendental, e de experimentações no sobrenatural.

Nesse sentido, o conhecimento religioso “é produto do intelecto do ser humano, o qual recai sobre a fé; provêm das revelações do mistério oculto ou do sobrenatural, que são interpretadas como mensagens ou manifestações divinas” (FACHIN, 2005). Contudo, a relação do homem com o ambiente é explicada pelo seu respectivo deus, seja ele Jesus, Buda, Ogum ou qualquer outro que tome a soberania de ser e ter respostas para os fenômenos.

Como o conhecimento religioso está ligado à explicação dos fenômenos pela fé, é sempre tido como indiscutível e infalível, visto que as evidências ou premissas serão condicionadas à vontade de um deus. Em suma, diferente dos demais, segundo Gressler (2003), o homem sempre buscou conhecimento e verdade na tradição, nos costumes e líderes, pois esta autoridade era dos chefes das tribos, de dignitários religiosos, de políticos e de sábios. Verdades essas que, por deterem o poder, eles a tinham.

Por esse prisma, as verdades dos que detinham o poder se tornam respostas para os fenômenos da história. A religião, no sentido etimológico da palavra, do latim *religare*, corresponde à representação transcendental da relação que religa o homem ao seu deus. Logo, a crença, a partir da fé, organizada e sistematizada, responde aos fenômenos, por meio da aceitação no divino. Assim, como proposto por Fachin (2005):

A fé manifesta-se por meio da capacidade que a pessoa possui para pensar, sentir e querer. Ela tem sua morada na parte invisível e espiritual, e é nisso que consiste todo o seu poder, pois assim se possibilita uma operação unida e coesa de suas faculdades. Consiste mais em ser do que em fazer. O ser humano dificilmente deixará de ter um conhecimento teológico, pois as experiências da própria vida estão ligadas a revelações divinas e à própria fé (FACHIN, 2005, p. 14).

Sob um olhar mais amplo, percebe-se a importância dos conhecimentos e o esforço que fazem na busca por responder aos fenômenos do meio, onde se contextualizam. Suas hipóteses, premissas, ideias, verdades são, contudo, a explicação ou ao menos a necessidade de querer explicar, evidenciada com o compromisso de justificar as coisas do universo.

Nesta justificativa, em alguns momentos, pode-se recorrer-se às relações entre os conhecimentos para explicar um fenômeno. Porquanto, não necessariamente se esgote uma validação por um tipo de conhecimento para se obter respostas. Mas, por que não o ver sob a fresta do conhecimento, em sua complexidade? Seja ele, científico, filosófico, popular ou religioso.

A consolidação do conhecimento, sem a fragmentação em tipos, a partir de um contexto, pode dar respostas mais substanciais aos fenômenos, não necessariamente absolutas, mas contundentes, na relação, em complexidade, sujeito – objeto, objeto – sujeito, ou ainda, sujeito – sujeito, dentro de um ambiente, onde as relações do cotidiano: no científico, podem vir através das teorias, hipóteses e métodos; no filosófico, com as hipóteses e experiências observadas; no popular, por experiências próprias; e no religioso, com as doutrinas de revelação do sagrado, apoiado pela fé e explicado pelo sobrenatural.

1.2 A complexidade

A um primeiro olhar, a complexidade é um tecido (*complexus*: o que é tecido junto) de constituintes heterogêneas inseparavelmente associadas: ela coloca o paradoxo do uno e do múltiplo. Num segundo momento, a complexidade é efetivamente o tecido de acontecimentos, ações, interações, retroações, determinações, acasos, que constituem nosso mundo fenomênico (MORIN, 2005, p.13).

Morin (2005) se debruça na construção de um pensamento complexo, pautado nos processos, na multiplicidade, no entrelaçamento e nas inter-relações que acontecem a partir dos fenômenos no mundo, como um tecido, sendo fiado, em que, por meio de pontos ou nós, há ligações e interações que permitirão a construção de um tecido. Portanto, em todas as camadas físicas e ideológicas, há pretensão de interações abertas, amplas e potencialmente desordenadas, incertas, ambíguas e inquietantes.

Partindo desse viés, verifica-se a importância de ressignificar o conhecimento, baseado na construção social do objeto, observar não mais somente de forma reducionista, mas por uma visão holística, de percepção ao todo, o mais completa possível e, desse modo, permitir-se considerar os demais tipos de conhecimentos e suas contribuições à análise do objeto.

Com o Pensamento Complexo, há um comprometimento, não só com o objeto, mas também com interconexões, fatores, fenômenos e contexto que o envolva. "Ele religa não apenas domínios separados do conhecimento, como também - dialogicamente – conceitos antagônicos como ordem e desordem, certeza e incerteza, a lógica e a transgressão da lógica" (MORIN, 1977, p.11).

O Pensamento Complexo não se limita ao certo ou ao errado, busca, porém, investigar os fenômenos que estão entrelaçados da parte para o todo, e do todo para as partes, sem fronteiras claras e definidas, mas a partir de três princípios, como proposto por Morin (2005), o dialógico, a recursão organizacional e o hologramático.

De acordo com Zampietro (2008), o princípio dialógico se propõe em “pensar lógicas que se contrariam e se complementam em um sistema dinâmico, sem excluírem ou anularem umas às outras”. Já o princípio da recursividade, ou círculo recursivo, “vai além da retroatividade, pois traz dinâmica autoprodutiva e auto-organizacional (seus produtos são necessários para a própria produção do processo, os estados finais são necessários para a geração dos estados iniciais”. E o hologramático, em que “cada parte contém praticamente a totalidade da informação do objeto representado. Sua máxima é ‘a parte está no todo, e o todo está na parte’”.

O pilar de sustentação do Pensamento Complexo é a Teoria Geral dos Sistemas (TGS), na qual o sistema, segundo Bertalanffy (1977, p.57), é um “conjunto de unidades em inter-relações mútuas”, ou seja, elementos que interagem e são interdependentes, e que estão presentes em todos os lugares. Possui comportamento aberto (sofre influência do meio e o influencia), abrangente e tem a percepção focada no todo.

Diante da justificativa do Pensamento Complexo, faz-se necessário romper com a ciência clássica que fragmentou o conhecimento e o limitou a partir de sua busca, por respostas experimentadas e comprovadas. No entanto, o princípio da complexidade traz a ideia de religar, em que as partes compõem o todo e o todo compõe as partes, associando e compondo um elemento maior e complexo, que, a partir dos fenômenos, inter-relações existentes e contexto, pode dar respostas mais completas ao objeto em estudo, por exemplo.

Na complexidade, por não deslocar o objeto de seu ambiente, mas levá-lo em consideração, tanto quanto o meio em que está inserido, possibilita visualizar características e contextos mais profundos e valorativos, no sentido de percepção a partir de um comprometimento, mesmo em meio a incertezas, com as interconexões formadas no, por, com e do objeto.

Com a desconstrução da ciência clássica, pode-se entender a religação entre os conhecimentos como caminho para uma compreensão mais completa do objeto. Nesse caso, diante da perspectiva morrianiana, este objeto pode ser visto em dimensões mais amplas, o que poderá dar sentido e explicá-lo de forma global, não reducionista, ou seja, um novo olhar da ciência e para a ciência.

Capra (2012) se propõe pensar a física, com a perspectiva de compreendê-la em todos os níveis dos sistemas vivos, usar a visão holística, ecológica, de mundo integrado, rompendo com a visão mecanicista e dissociada em partes de teóricos clássicos, que se limitaram em fenômenos isolados e processos fechados.

A visão de Capra (2012), caminha no sentido da de Morin (2005), quando se compromete em perceber, a partir do complexo, a “interdependência fundamental de todos os fenômenos, e o fato de que, enquanto indivíduos e sociedades estamos todos encaixados nos processos cíclicos da natureza (e, em última análise, somos dependentes desses processos)” (CAPRA, 2012, p.25).

Com essa dimensão, Capra (2012) constrói uma “visão sistêmica da vida”, onde passa a “olhar para o organismo vivo na totalidade de suas interações mútuas”, que podem se evidenciar dentro de si mesmo, de forma dependente do meio, ou em ambos os casos, que o

próprio autor também chama de ecologia profunda, ou seja, que “não separa seres humanos – ou qualquer outra coisa – do meio ambiente natural”.

[...] a percepção da ecologia profunda é percepção espiritual ou religiosa. Quando a concepção do espírito humano é entendida como o modo de consciência no qual o indivíduo tem uma sensação de pertinência, de complexidade, com o cosmos como um todo. Não é, pois, de se surpreender o fato de que a nova visão emergente da realidade baseada na percepção ecológica profunda é consistente com a chamada filosofia perene das tradições espirituais, quer falemos a respeito da espiritualidade dos místicos cristãos, da dos budistas, ou da filosofia e cosmologia subjacentes às tradições nativas norte-americanas (CAPRA, 2012, p.26).

Pensar a religião, a partir da complexidade em Morin (2005), e da ecologia profunda, em Capra (2012), representa, além da retomada do conhecimento e sua dimensão cósmica, um parâmetro para a observância de um elemento que não pode e não deve ser dissociado de sua realidade para, assim, pensar a construção de uma teia de informações, a partir das relações de interdependência do meio, interconexões de fenômenos, inter-relação de elementos e seu lugar em um ecossistema.

1.3 Processos Comunicacionais

O botânico inglês Arthur George Tansley (1871-1955) apresentou, em 1935, o conceito de ecossistema, partindo de sua pesquisa com plantas, e pontuou as que apresentam “relações dos organismos como populações e comunidades com o meio ambiente” (KATO e MARTINS, 2016). Essa premissa denota o sentido da co-dependência entre o objeto e o local onde está inserido, ou seja, há interação no meio, entre si e o ambiente.

Tal inferência é percebida quando se notam sistemas menores ligados a maiores, que se ligam em níveis maiores ainda, construindo pontes que, além de conectar, funcionam como meio para comunicação ou dependência uns dos outros.

Com a ideia de comunicação, onde a ação de participar é canalizada por, pelo menos, dois interlocutores, tem-se um processo que permite a troca de informações entre si através de mensagens que são codificadas e decodificadas ao longo das relações. Há, todavia, um sistema conectado, que troca informações mutuamente com o meio, a partir de processos comunicacionais, fortalecendo a ideia de ecossistema.

Ecossistema, por si só, completa o sentido de ser ‘comunicacional’, mas a junção das duas palavras é proposital para dar ênfase no estudo e direcionar cientificamente a proposta

como área de concentração das pesquisas do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação, da Universidade Federal do Amazonas, o qual se propõe.

Compreender estudos sobre os processos de organização, transformação, produção, circulação e consumo em ambientes comunicacionais conformados pelas interações entre sistemas sociais, culturais e tecnológicos, considerando a complexidade sistêmica e informacional dos fenômenos comunicativos (PPGCCOM, 2012).

Nesse sentido, busca-se observar, estudar, analisar e entender o objeto não de forma isolada, mas como parte de um meio com suas relações, conexões e trocas de informações através das redes, que, interligadas, formam sistemas. Dentro de uma perspectiva ecológica, como proposta por Capra (2012), em que a vida, os seres, e o ambiente estão ligados e são interdependentes em fenômenos, que, por sua vez, corroboram na concepção para a ideia dos ecossistemas, tudo se encaixa em um todo natural, de forma cíclica.

O que se sobrepõe, a partir daqui, é ampliar a visão ecológica e estendê-la à comunicação, sob o viés da complexidade, como proposta por Morin (2005). Pois um olhar interdisciplinar e mais completo ao objeto permite a construção de uma proposta mais profunda e trabalhada, considerando o ecossistema.

Pode-se dizer que a ecologia, como estudo dos seres vivos e suas relações com o meio onde estão, seja ele orgânico ou não, concebe um sistema a partir das interações, que em nível mais amplo, levando em consideração os organismos como conjuntos, é considerado um ecossistema.

Essa relação ecossistêmica é base de uma perspectiva, em que as ligações, nós e pontes formam um emaranhado de interconexões, que por si só desenharam um cenário para o objeto, além de suas teias de relações. É, nesse sentido, análogo à tecitura, onde há um processo de urdidura, que é a reunião de fios que se atravessam para e entrelaçamento no tear a fim de formar o tecido.

Para Monteiro (2012, p.9), esse conceito é visto quando "os processos comunicacionais são entendidos a partir da complexidade envolvida nas relações entre os sistemas que dão vida às práticas comunicativas nas diferentes instâncias enunciativas da vida".

Medrar o foco para uma percepção mais completa do objeto e suas interações, possibilita ao pesquisador visualizar a cadeia de processos comunicacionais existentes. Essa rede de conexões estabelecida integra os fenômenos, e pode trazer mais informações para investigação do objeto. Para isso, segundo Pereira (2011), é preciso,

[...] entender que a comunicação não é um fenômeno isolado; ela envolve um

ambiente cultural que ao mesmo tempo interfere e possibilita a construção, a circulação e a significação das mensagens. Significa que o ambiente que a envolve é constituído por uma rede de interação entre sistemas diferentes e que estes, embora diversos, dependem um do outro para coexistir. Significa ainda que modificações nos sistemas implicam transformações no próprio ecossistema comunicativo, uma vez que este tende a se adaptar às condições do ambiente, e, no limite, na própria cultura (PEREIRA, 2011, p. 51).

Um objeto no ambiente, sob a perspectiva dos ecossistemas comunicacionais, nunca está sozinho ou pode ser percebido de forma isolada, pois além de sofrer interferências, tem sua própria cultura, e, nesse caso, quem o olha ou busca pesquisá-lo, traz sua própria expertise e bagagem cultural.

Portanto, pensar metodologicamente um conceito para ecossistemas comunicacionais é divagar sobre a percepção ou perspectiva de entender que a análise extrapolará qualquer limite, tanto quanto se buscar, a partir dos processos comunicativos, os fenômenos que surjam em função do objeto ou ainda pesquisá-lo, o que,

[...] talvez acione o início de um pensamento em cadeia, no intuito de investirmos no empreendimento de construções que nunca serão finalizadas e mesmo assim não perdermos o prazer de continuar a edificá-las. Erguer uma ponte que não leva a outra margem do rio, mas propõe a possibilidade do rio ter uma terceira margem, ou múltiplas pontes para múltiplas margens, ou ainda arquitetar uma casa sem teto, uma universidade sem chão. Mas, ao pensarmos desse modo, será que as pontes serão seguras, as casas habitáveis e as universidades produzirão conhecimento? Essas alegorias servem de metáfora para nos sugerir que não há garantias e os ecossistemas comunicacionais não pretendem se esgotar a uma teoria ou sistema fechado com a obrigatoriedade de uma aplicação prática. (LOPES, FREITAS, 2017, p. 133).

Cabe aqui refletir sobre ecossistemas comunicacionais, no sentido de permitir o entendimento da visão agregadora dos fenômenos, a partir da troca, inter-relação, invenção, construção, desconstrução e reconstrução ou ainda da apropriação de elementos do meio ou o do compartilhamento de si no meio. Elementos que dialogam, explicam, e se permitem ser e fazer parte do meio que está inserido.

É pertinente visualizar que os processos não se limitam ao ambiente físico, mas que através das interligações e conexões eles aparecem em qualquer meio, ou ainda na forma híbrida. Com isso, os fenômenos também poderão ser explicados a partir de uma perspectiva complexa, no que tange os ecossistemas.

Assim como teias, as redes são nós interligados por pontes, que se valem de fenômenos para que se estabeleçam os processos comunicacionais, e neste caso, as buscas por respostas fechadas se tornam impossíveis, tendo em vista a possibilidades de outras interconexões em outros ecossistemas.

O Ecossistema Comunicacional busca alcançar uma aproximação efetiva entre o ser humano, em suas instâncias biológica e social, o ambiente, tanto como presença física como por construção narrativa, e as tecnologias da comunicação e informação pela presença material e pelas extensões que proporcionam ao homem. (COLFERAI, 2014, p. 204).

Há, por certo, uma apropriação do conceito biológico de ecossistema, em que a comunicação aberta, integrada, ampla, conjunta e viva gera, a partir de narrativas, interpretações, diálogos, compreensões críticas e profundas, produtos, interações, relações e uma infinidade de percepções conduzidas por um processo comunicacional não linear.

Em consequência disso, os ecossistemas comunicacionais propõem um olhar de interdependência, e relações confusas e incertas, ainda que norteadas. Há um rompimento com os processos comunicacionais lineares, que neste caso, múltiplos fluxos de informação são gerados, seja por meio dos fenômenos ou pelo ambiente que está inserido.

O olhar aberto, por vários prismas, não se fechando aos fenômenos por suas características aparentes, mas levando em consideração as relações, as conexões, as possíveis trocas e suas experiências, contribui de certa forma, para o diálogo, em torno dos ecossistemas, superando o reducionismo e pensando a comunicação com sua capacidade máxima de revelar-se ainda que em diferentes e impalpáveis níveis, sistemas e subsistemas.

A fim de compreender essa relação ecossistêmica, Morin (1977) salienta que,

[...] não podemos dissociar a atividade fenomênica duma célula do processo de comunicação [...]. Temos de supor que a mínima célula comporta bilhões de unidades moleculares e que a comunicação entre estas unidades, entre a esfera generativa e a esfera fenomênica (que se sobrepõem) confunde-se com a atividade permanente de reorganização, produção, troca, transformações duma formidável microfábrica química [...]. A comunicação não é somente intra-organismica. Todo o ser vivo, incluindo o unicelular, interpreta como sinais os acontecimentos do meio. (MORIN, 1977, p. 305).

As relações presentes sobressaem às características de isolamento de um objeto ou fenômeno, contudo, o ambiente ajuda no entendimento e percepção, pois permite um olhar complexo e não-linear, percorrendo não um caminho de início ao fim, por exemplo, saindo de A e chegando em B, mas saindo de C, e chegando a A, não passando necessariamente por B, mas por D e F, seguindo por múltiplos e importantes fluxos.

A compreensão dos ecossistemas comunicacionais é abrangente e contempla um alto nível de complexidade. São vínculos que se criam e se permitem a compreensão a partir de conexões, a interpretação e a troca de informação, não só por Estímulo – Resposta (E–R), como pela Teoria Hipodérmica, mas pela dinâmica de uma comunicação complexa, de correlações, de diversidade, de imprevisibilidade, e de emergência.

E, por fim, com o objetivo de “investigar os fluxos, conexões e os relacionamentos envolvidos nas redes e processos comunicacionais”, a partir da complexidade presente nas “relações entre os diferentes sistemas que dão vida às práticas comunicativas”, a construção dessa pesquisa se desenvolve em consonância à estrutura que se apresenta “em torno das redes, dos processos e dos dispositivos tecnológicos de interatividade utilizados por grupos sociais, organizações e em plataformas digitais potencializadoras de processos comunicativos na vida social” (PPGCCOM, 2012).

1.4 Religião na Complexidade

Partindo do significado clássico da palavra latim “*religare*”, como “aquilo que se religa ao sagrado”, a pesquisa se desenvolve apoiada no pensamento complexo e na construção de um campo, onde o ecossistema comunicacional ecoa de modo a permitir um olhar mais cuidadoso dos fenômenos e elementos que se evidenciarão a partir das análises.

Há um cuidado ao se apresentar conceitos nesta pesquisa, para não deixar a construção do estudo de forma reducionista, com apenas um caminho para se percorrer, mas permitir interpretações de acordo com os elementos que serão postos somados, intercalados ou interconectados à bagagem de quem o lê.

Ao se falar em religião, podemos entender que é “um sistema solidário de crenças e de práticas relativas a coisas sagradas”, conforme Durkheim (1996). No entanto, Geertz (2008), entende como,

[...] um sistema de símbolos que atua para estabelecer poderosas, penetrantes e duradouras disposições e motivações nos homens através da formulação de conceitos de uma ordem de existência geral e vestindo essas concepções com tal aura de fatualidade que as disposições e motivações parecem singularmente realistas (GEERTZ, 2008, p. 67).

Para esse estudo, faz-se necessário a premissa inicial proposta como conhecimento religioso, diante da interlocução com o sagrado, a partir do transcendental, que explica os fenômenos de forma sobrenatural, sustentado pela aceitação, crença, e tomado como verdade por quem acredita.

A explicação do cotidiano pelo viés religioso pode entrar em conflito com o conhecimento popular, científico ou filosófico, ainda que as motivações partam de pontos em comum, como elementos naturais, a explicação para cada fenômeno será contestado pelo religioso, que levará ao deus, a fim de lhe dar crédito por suas ações.

Olhar pelo viés religioso, a partir da perspectiva ecossistêmica, nota-se que as variáveis do conhecimento filosófico e popular acrescentam elementos para justificar o fenômeno. Nesse ponto, a complexidade dá conta de explicar que o contexto, as relações e as interconexões entre o sujeito e o objeto são de “mão-dupla”, rompendo com a categorização e criando uma relação sujeito-sujeito, onde há troca contínua de informações.

O processo comunicativo só é possível pelas inter-relações que se estabelecem. Havendo comunicação, considera-se o contexto, onde fenômeno e mensagem são apresentados, e o cuidado de interpretá-lo a partir de seus sistemas, em geral aberto e dentro da concepção ecossistêmica.

Morin (2002) contextualiza a relação entre a cultura e o conhecimento, onde “o conhecimento está na cultura e a cultura está no conhecimento”, de forma recursiva, em que,

[..] assim como os seres vivos tiram sua possibilidade de vida do seu ecossistema, o qual só existe a partir das inter-retroações entre esses seres vivos, os indivíduos só podem formar e desenvolver o seu conhecimento no seio de uma cultura, a qual só ganha vida a partir das inter-retroações cognitivas entre os indivíduos: as interações cognitivas dos indivíduos regeneram a cultura que as regenera. (MORIN, 2002, p. 24).

Sob essa perspectiva, os ecossistemas comunicacionais são parte da complexidade da religião, uma vez que há a “necessidade da ciência de compreender os fenômenos em sua totalidade e não mais como independentes uns dos outros”, conforme RECUERO (2009, p.17).

Nesse sentido, os fenômenos isolados não dão conta de assimilar, por um olhar mais restrito, é, portanto, necessário ampliar a visão e olhar por um prisma mais completo a interação entre eles. A partir dessa relação, são criadas as redes, conectadas e interligadas pelos nós, ou seja, uma teia de fenômenos, em um ecossistema comunicacional.

Aqui, cabe pensar os enunciados propostos a partir das conexões estabelecidas entre os envolvidos nas redes, bem como os processos comunicacionais constituídos, debruçando-se diante das relações que se formam entre as redes e as pessoas que produzem, assistem, comentam criticando ou apoiando, possibilitando análises dessas possíveis interações sociais em torno da construção de sentido na representação do evangélico na *Internet*.

Segundo Castells (2004) “é difícil chegar a uma conclusão definitiva sobre os efeitos que a rede pode ter sobre o grau de sociabilidade”, mas a perspectiva de se entender as redes e os processos comunicacionais, dentro dos ecossistemas comunicacionais, possibilitarão reflexões a partir das respostas e questionamentos encontrados ao longo deste estudo.

Nesta construção midiática complexa, que é visualizar mídia, religião e humor, pode-se perceber de antemão os ecossistemas comunicacionais, a partir do entendimento de complexidade de Morin (2001), como “a união entre a unidade e a multiplicidade”. Nesse sentido, olhar a religiosidade, trazendo do todo para as partes e da partes para o todo, distanciar-se do objeto (aqui, especificamente dos evangélicos), ao mesmo tempo se aproximar e tentar perceber como eles veem a representação de si mesmo em seu cotidiano, através do humor.

Dentro do universo religioso há variedade de segmentações de fé, com suas crenças e valores espirituais, como o Budismo, Islamismo, Hinduísmo, o Cristianismo e outras. Há religiões politeístas, que possibilitam crença em mais de um deus, outras panteístas, que crê na forma da natureza como força divina em si, os monoteístas, que acreditam em só deus e os ateístas que não acreditam em divindade alguma, conforme Jostein (2001).

Segundo o autor, o Cristianismo, religião que professa os ensinamentos deixados por Jesus de Nazaré, quando esteve na terra, bem como na promessa de redenção de seu povo, ramifica-se entre três grandes grupos, o Catolicismo, a Igreja Ortodoxa e o Protestantismo. Assim como o histórico de rupturas, o protestantismo também se fragmenta em outras linhas ideológicas e doutrinárias, com os Anabatistas, Igrejas Reformadas, Calvinismo, Presbiterianos, Luteranos e Anglicanos.

As divisões são marcas nesse processo do ecossistema religioso e são cada vez por menos diferenças ideológicas entre umas das outras. O capítulo 2 contextualiza a Reforma Protestante, a mais significativa ruptura do Cristianismo e apresenta dados sobre os evangélicos no Brasil.

2 EVANGÉLICOS E *INTERNET*

A construção de um arcabouço teórico inicial faz-se necessária para o direcionamento da pesquisa, no sentido de trazer a interdisciplinaridade, o diálogo e a perspectiva dos ecossistemas comunicacionais para o campo da religião, analisando as interconexões a partir das interações dos elementos nos fenômenos religiosos.

2.1 Resgate histórico

Quando Durkheim (1996) cria uma definição para religião, ele a apresenta como um “sistema solidário de crenças e de práticas relativas a coisas sagradas, isto é, separadas, proibidas, crenças e práticas que reúnem numa mesma comunidade moral, chamada igreja, todos aqueles que a elas aderem”, e chama atenção para a ideia de que a religião é inseparável da ideia de igreja, pelo pressuposto da coletividade.

Cabe aqui apresentar perspectivas conceituais sobre o que é igreja. Na Bíblia (2008), há inúmeros trechos que dão significado à igreja, seja, como “corpo de Cristo”, “congregação”, ou como um edifício onde acontecem reuniões e cultos.

A Convenção Batista Brasileira (CBB) apresenta, em sua declaração doutrinária, a igreja como “uma congregação local de pessoas regeneradas e batizadas após profissão de fé”, (CBB, 2017). Para a Convenção Geral das Assembleias de Deus no Brasil (CGADB), que traz, em sua declaração de fé, publicada através da Casa Publicadora das Assembleias de Deus (CPAD), a concepção de igreja é tida como “o corpo de Cristo, coluna e firmeza da verdade, una, santa e universal assembleia dos fieis remidos de todas as eras e todos os lugares, chamados do mundo pelo Espírito Santo para seguir a Cristo e adorar a Deus”, (CPAD, 2019).

Para Campos (1997, p.14), igreja é “uma manifestação organizacional de um conjunto de crenças, doutrinas e práticas, que ligam pessoas através de rituais coletivos, aos quais se atribuem uma eficácia de origem sagrada”. Tais conceitos serão importantes, pois a construção da pesquisa tratará de forma mais aprofundada alguns temas relacionados à igreja, tanto como edifício, onde pessoas que professam de uma mesma fé se reúnem rotineiramente, quanto como um olhar de fé, como pessoas que professam Deus e o cultuam, independente de estrutura física.

Do latim *evangelium* nasce a palavra evangélico, que, em tradução livre, significa a missão que cabe ao fiel de levar as “boas-novas” de Jesus, o Cristo, explicitada e reafirmada pela Reforma Protestante, em 1517, que possibilitou a perspectiva de um novo olhar para o cristianismo, com a inserção de outras formas de culto e interpretação bíblica.

Nos idos dos séculos XV e XVI, dada a fragilização da Igreja Católica na Idade Média, por vivenciar as crises, na Europa, da fome, das guerras além do afastamento do ideal de honestidade, da preocupação com os pobres, fracos e oprimidos, a Igreja se voltou à venda de indulgências, acúmulo de capital, cargos políticos e outras práticas comerciais. Essas atitudes geraram insatisfação e questionamentos, que destoava ainda mais das bases clericais.

Fatores como esses vinham fragilizando a igreja, e consolidando um cenário de Reforma para que o monge agostiniano Martinho Lutero, descontente com os rumos da igreja, em 1517, fixasse Noventa e Cinco Teses na porta da Igreja Católica de *Wittemberg*, na Alemanha, como proposta para a discussão da comunidade acadêmica.

Segundo Rumble (1959), esse ato marca o início de uma revolução, onde seriam corrigidos os abusos da Igreja e Lutero passaria a construir uma nova igreja a partir de suas ideias. A Reforma Protestante e os movimentos da Igreja para impedir a propagação do ideal de Lutero, que com os meses se propôs em traduzir os escritos sagrados, a fim, de popularizá-los. O papa à época, Leão X, exigiu a retratação do monge, mas Lutero não a fez, e a atitude lhe rendeu a excomunhão do catolicismo².

No entanto, para Mendonça (2007, p.163) a “Reforma foi um vasto movimento que começou ainda na Idade Média e se prolongou até o século XVIII com o desenvolvimento do metodismo na Inglaterra no seio da Igreja Anglicana”. Nesse sentido, as bases da igreja católica já estavam fragilizadas, e a atitude de Lutero foi o gancho para a consolidação do movimento.

Lutero continua sua jornada, e outros reformadores, como João Calvino, além de outros grupos dissidentes, como os Batistas, Anglicanos, Presbiterianos, Luteranos e Metodistas, ganham forças e seguem com o novo olhar às Escrituras, diferente das práticas e dogmas dos quais os católicos vinham tomando. O processo marca uma nova frente doutrinária de percepção e pregação do evangelho, que a partir da Alemanha chega também a vários outros países.

A marca do Movimento de Reforma, segundo Mendonça (2007), é a humanização do homem, que deixou de ter a figura do sacerdote intermediando o acesso a Deus, passando a

² Punição religiosa para quem fere os princípios doutrinários da igreja católica, com expulsão ou suspensão das atividades clericais; estigmatizado como maldito.

ter o contato direto com o Criador, por meio das escrituras, orações e escolha da comunidade religiosa a qual desejasse.

No Brasil, o protestantismo aporta em meados do século XIX, com a vinda de missionários norte-americanos, ingleses, suíços e holandeses para assistir religiosamente os imigrantes. A partir dessa investida, nascem as primeiras igrejas protestantes no país, entre elas, a Anglicana, Luterana, Metodista e a Presbiteriana.

Para Mendonça (2005), quando chegou ao Brasil, o protestantismo não se integrou à cultura local, apenas refletiu “um protestantismo norte-americano com suas matrizes denominacionais e dependência teológica”. Nesse sentido, elementos culturais, forma de culto e a construção doutrinária da igreja protestante brasileira são pautados por uma releitura do protestantismo estadunidense.

Cabe notar que, assim que o movimento se espalhou pelo mundo, o processo de integração na cultura foi inevitável. No entanto, no Brasil, a cultura era adversa à que tinha acabado de chegar, pois no país predominava uma

[...] cultura mágica e determinista, um calendário recheado de feriados, dias santos e festas religiosas que deixava pouco espaço para o trabalho, isto é, mais lazer do que atividade produtiva, uma dupla moral para o casamento e, sob o ponto de vista político, uma monarquia supostamente “esclarecida” e socialmente escravista. Era tamanho o fosso que o protestantismo não teve outra saída senão converter os católicos e retirá-los para outro mundo, isto é, o da comunidade da fé (MENDONÇA, 2007, p.171).

No entanto, o protestantismo se desenvolveu no Brasil, adaptando-se à realidade local, diante da abolição da escravatura, que se consolidou em 1888 com a Lei Áurea, e a criação da República, em 1889. Até então, segundo Campos (2014), o protestantismo no país era visto como “progresso”, frente ao “atraso” do catolicismo, e diante disso, a modernização estava no “avanço das forças modernizantes”, que se apressaram na implantação de igrejas e na abertura de escolas.

Em um primeiro momento, as igrejas protestantes que estavam se organizando no Brasil sofreram desavenças, visto que havia prioridades distintas, como a de promoção do protestantismo e crescimento da igreja, e a outra de educação. Essa última encabeçada pelos missionários norte-americanos, como retrata Mendonça (2005).

No início do século XX, após Conferências Internacionais entre as igrejas, foram propostas diretrizes para o protestantismo. Dentre elas, a recomendação de que as missões caminhariam em áreas não atendidas pela Igreja Católica, e a união das igrejas, tanto na versão traduzida da bíblia, literaturas e no uso de cânticos.

Para o autor, no Brasil, essa “união” também não foi pra frente e, em pouco tempo, novas e independentes igrejas foram sendo criadas, trazendo novas doutrinas e diretrizes, com uma nova ruptura no cristianismo, mas agora dentro do protestantismo. Assim nasce o Movimento Pentecostal.

2.1.1 Movimento Pentecostal

O pentecostalismo, como é conhecido o Movimento Pentecostal, nasce do contexto bíblico de Pentecostes, uma das festas da cultura judaica, que é celebrada cinquenta dias após a Páscoa, e que, fatidicamente, como registrado pela Bíblia (2008), acontece a descida do Espírito Santo sobre os apóstolos e seguidores de Jesus, o Cristo.

Ao cumprir-se o dia de Pentecostes, estavam todos reunidos no mesmo lugar; de repente, veio do céu um som, como de um vento impetuoso, e encheu toda a casa onde estavam assentados. E apareceram, distribuídas entre eles, línguas, como de fogo, e pousou uma sobre cada um deles. Todos ficaram cheios do Espírito Santo e passaram a falar em outras línguas, segundo o Espírito lhes concedia que falassem. Ora, estavam habitando em Jerusalém judeus, homens piedosos, vindos de todas as nações debaixo do céu. Quando, pois, se fez ouvir aquela voz, afluiu a multidão, que se possuiu de perplexidade, porquanto cada um os ouvia falar na sua própria língua (BÍBLIA, 2008, p. 890).

O trecho bíblico narra a questão do pentecostes, a partir da manifestação do Espírito Santo, e é comumente usado para explicar as bases doutrinárias do Movimento Pentecostal. Nesse sentido, o “falar em outras línguas” (glossolalia) é uma das evidências que marcam o avivamento³ dentro do protestantismo.

No entanto, para os protestantes anteriores ao pentecostalismo, a interpretação do trecho não deixa dúvidas, e é justificada pela necessidade que se teve, de propagar as “boas novas” de forma que os vários povos ali presentes, com seus respectivos idiomas e dialetos pudessem, naquele momento, entender a mensagem mesmo sem conhecimento do idioma proferido, ainda que de forma sobrenatural.

Souza (2004) destaca que a eclosão do pentecostalismo no mundo tem início com os negros e pobres norte-americanos, dois momentos de avivamento são emergentes para isso, o primeiro, ainda no século XVIII, que “ênfatizava a conversão como imperativo para a participação da vida na igreja”, priorizando a emoção e glossolalia, e o segundo, que surge

³ É um termo muito comum na linguagem evangélica e é sempre relacionado a um renovo espiritual, onde há um fortalecimento na relação do fiel com Deus.

também no século XVIII e se estende à metade do século XIX, marcado pelo “emocionalismo menos exagerado” e valorização de “missões domésticas e estrangeiras”.

Culturalmente, a construção do pentecostalismo é marcada por um avivamento na forma de cultuar a Deus, bem como na manifestação de dons espirituais. Conforme Souza (2004),

[...] desde o dia histórico de Pentecostes, quando ocorreu a descida do Espírito Santo, passando pelo reaquecimento do falar em línguas estranhas, do início a meados do século 20, a ênfase do culto pentecostal repousou na experiência dos carismas do Espírito (línguas estranhas, profecias, visões, curas) (SOUZA, 2004, p.19).

Essas primeiras manifestações surgem a partir do que Cunha (2011) diz ser a “terceira benção”, ou seja, o “batismo com o Espírito Santo”, que é evidenciado através da experiência sobrenatural de falar em “línguas estranhas”.

No Brasil, alguns personagens dessa história foram registrados por Araújo (2008). Trata-se de protestantes que experimentaram essa condição avivada do pentecostalismo, entre eles, Friedric Matschulat (1879-1976) e Paulo Malaquias (1908-1946), foi com o missionário ítalo-americano, Luigi Francescon (1986-1964), que a primeira igreja pentecostal no país foi organizada: a Congregação Cristã no Brasil (CCB), em 1910, em São Paulo.

Segundo dados levantados pelo Censo Demográfico 2010, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2012), a Congregação Cristã tem no Brasil 2,2 milhões de fiéis, ou seja, é a terceira maior igreja brasileira, e está atrás da igreja Batista e da Assembleia de Deus.

A CCB baseia-se doutrinariamente em 12 pontos, entre eles, o de nº 7, que fala sobre a crença “no batismo do Espírito Santo, com evidência de novas línguas, conforme o Espírito Santo concede que se fale”, e também o de nº 9, que trata sobre abstenção, “Nós cremos na necessidade de nos abster das coisas sacrificadas aos ídolos, do sangue, da carne sufocada e da fornicção, conforme mostrou o Espírito Santo na Assembleia de Jerusalém”, (CONGREGAÇÃO CRISTÃ NO BRASIL, 2011).

Esses dois pontos são enfatizados, pois consolidam a construção de um sistema de dogmas evidenciado pelo pentecostalismo. São marcas em estatutos de diversas igrejas desta mesma ordem, e convergem entre si, a partir desse princípio primeiro da glossolalia como fator condicionante de marca registrada de um fiel íntimo com o evangelho.

A Igreja Evangélica Assembleia de Deus (IEAD) nasce pouco tempo depois da CCB, em 1911, quando dois missionários suecos, Gunnar Vingren (1879-1933) e Daniel Berg (1884-1963), que após terem sido impactados em passagem pelos Estados Unidos, onde

estava iniciando o Pentecostalismo, liderado pelo pastor William Joseph Seymour, em sua igreja, na rua Azuza, 312, no estado da Califórnia.

Os missionários chegaram à Belém, no Pará, em 1910, quando a partir de um rompimento doutrinário com a única igreja Batista da cidade, na época, e criaram a igreja Missão de Fé Apostólica, posteriormente denominada de Assembleia de Deus (ALENCAR, 2012).

2.1.2 Características Identitárias

A identidade do pentecostal brasileiro foi criada a partir da Igreja Assembleia de Deus, que ganhou força e rapidamente se expandiu pelo país. Entre as marcas culturais de denominação, o comportamento sueco foi inserido como padrão bíblico doutrinário para a igreja, e acatado como revelação de Deus para condução das práticas, afazeres e construções sagradas, ao que Alencar (2012) chama de assembleianismos.

No Brasil nunca existiu uma Assembleia de Deus, mas Assembleias, no plural [...]. Ministérios distintos, Convenções concorrentes, igrejas divergentes, estilos diversificados à natureza existencial das identidades [...]. Os assembleianismos são divergentes, mas convergentes; distintos, mas interdependentes; isolados, mas conjuntos, utópicos, mas concretos (ALENCAR, 2012, p. 72).

Alencar (2012) segue na ideia de que há, a partir do assembleianismo, quatro subdivisões, entre elas, a rural, tendo como características, a mentalidade do campo, com a religiosidade popular evidente, de estrutura patriarcal, baseada no coronelismo, e o abismo comportamental entre Igrejas Sedes e Congregações, no qual se vê a flexibilidade das cobranças legalistas, por exemplo, no que é concernente às vestimentas femininas e prática esportiva por homens são pesos diferentes entre as igrejas a partir de sua localização.

O Assembleianismo Urbano está baseado na pluralidade e onde se evidencia a divisão da igrejas em vários ministérios, mantendo a “identidade assembleiana”. Guiados por novos líderes, esses ministérios surgem, em muitos casos, por não concordarem com outros líderes, que acabam se tornando concorrentes em algum momento, pontua Alencar (2012).

Ainda segundo o autor, há o Assembleianismo Autônomo, onde cada igreja é independente entre si, é uma assembleia, e as convenções fazem gestão apenas a pastores e líderes. Há também, como lembra Alencar (2012), a profusão de Assembleias para todos os gostos, onde, independente ou não do nome, são mantidas características típicas como hinologia, usos e costumes, estilo de liderança, militância, isolamento, dentre outros.

No Assembleianismo Difuso houve a ampliação da marca e seu poder de influência, em várias áreas com o rigor da indumentária, do vestuário, de usos e costumes, da moralidade, da militância em evangelização, do apoliticismo em causas sociais, do espiritualismo na leitura de mundo, do literalismo bíblico, e do fundamentalismo, do caciquismo, do despojamento, e de templos localizados em periferia. Características essas que norteiam o pentecostalismo no Brasil (ALENCAR, 2012).

A identidade assembleiana, segundo o autor, é marcada por várias fases, que se completam e constroem o pilar denominacional, em um primeiro momento, com a teologia do sofrimento de exacerbada escatologia (doutrina do que deve acontecer no fim do mundo), e pautando-se, em parte, pelos seguintes elementos:

- Há diferenças entre congregações (Casa de Oração) de periferias urbanas e zonas rurais. O voluntariado predomina nas urbanas, e a profissionalização de igrejas mais centrais e com maior número de fiéis, é dirigida como empresas capitalistas (Templo Central);
- Padronização dos louvores, com o objetivo de interiorizar valores, produzir comportamento e estabelecer identidades;
- A estética do vestuário é estereotipada dentro do pentecostalismo, onde o padrão masculino é o terno formal, que, ainda segundo Alencar (2012), até hoje é forte em todas as igrejas pentecostais, principalmente entre grupos mais pobres, e dá status de “roupa de doutor”. Para mulheres, ainda dentro do padrão social de roupas, confere o “*status*” de executiva.

Em um segundo momento, a identidade do assembleiano (fiel que pertence à igreja Assembleia de Deus) é marcada pelo dom de falar em línguas, como identificação do cristão pentecostal.

Outro discurso interno padronizado nas falas dos fiéis, como ressaltado por Alencar (2012), é o de que as outras igrejas ou seus membros que não adotam a prática da glossolalia são frias, não há a presença do Espírito Santo como condutor das reuniões e cultos, logo, não há as manifestações ditas sobrenaturais, como orações em voz alta, expulsão de demônios, curas, milagres, profecias, testemunhos e libertação.

O principal cancionário dos assembleianos é a Harpa Cristã, uma coletânea de hinos, assim como o Cantor Cristão, usado prioritariamente pelas igrejas Batistas. São versões estrangeiras e brasileiras de músicas que compõem o repertório durante os cultos.

Comumente, as igrejas Assembleias de Deus são divididas em departamentos, que são subgrupos como o de senhoras (Círculo de Oração), senhores, jovens, adolescentes e crianças, que, com um ou mais coordenadores desempenham atividades concernentes à denominação, além de participarem das reuniões cantando hinos de louvor.

No que concerne a aspectos fundamentais da doutrina pentecostal, Wulforth (1995) propõe alguns pontos, entre eles, o de Dons do Espírito Santo. Os pentecostais prezam pelo resgate da experiência de pentecostes relatadas no livro de Atos, do Novo Testamento, em que todos devem ser batizados com Espírito Santo e falem em línguas estranhas.

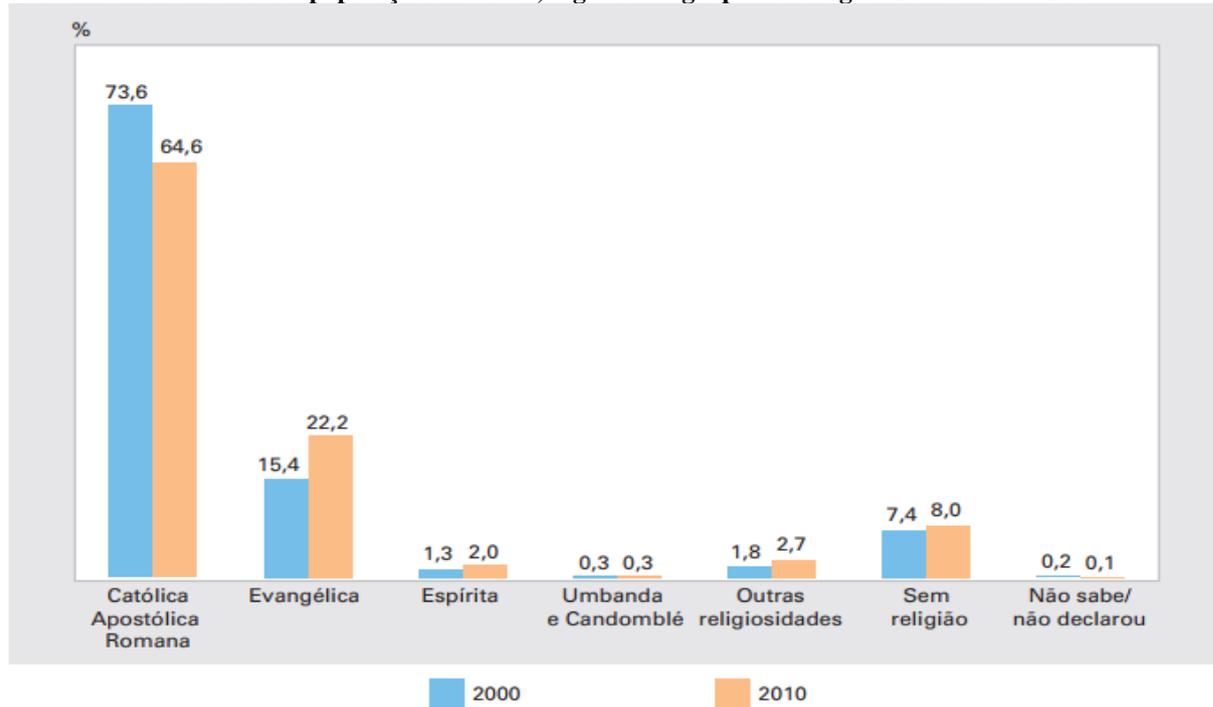
A experiência do batismo com Espírito Santo recorre da moral do pentecostal, pois “é para o crente a sua distinção em relação a todas as demais pessoas. E essa diferença ele mostra visivelmente na sua maneira de viver, afastando-se do mundanismo, como da TV, cinema, baile, fumo, bebidas alcoólicas, etc”, conforme Wulforth (1995), isto é, a ruptura com as “coisas do mundo”.

A segunda vinda de Cristo também é muito propagada no discurso do pentecostal. Haverá a separação entre os salvos, que irão para o céu após a morte, ou pós-apocalipse, e os que não irão, por não se converterem e professarem o nome de Jesus, como o Salvador. E os sinais desse fim, são baseados em acontecimentos trágicos, como a fome, a miséria, a violência, as guerras, as catástrofes, entre outros, reportados, em sua grande maioria, pela mídia.

2.2 Evangélicos no Brasil

A partir do processo evangelístico de propagação do pentecostalismo, justificado pelo “fazer missões”, os fiéis saíram em busca de levar as boas novas e agregar pessoas à nova doutrina. Dados do IBGE (2012) demonstram que até a década de 1970, a hegemonia religiosa no Brasil era de católicos, seguindo o processo de colonização. No entanto, o crescimento dos evangélicos, passa a apresentar uma rápida mudança, passando de 5,2% da população, em 1970, para 22,2% em 2010.

Gráfico 1 – Percentual da população residente, segundo os grupos de religião Brasil - 2000/2010



Fonte: IBGE (2012, p. 21).

Nota-se, a partir de dados do IBGE (2012), que o aumento da população brasileira que se declara evangélica, se deu principalmente em áreas urbanas e populosas. Mesmo com os católicos como a maioria, os evangélicos, e dentro deles, os pentecostais sobressaltaram.

Em 2000, eram pouco mais de 169 milhões de pessoas. Dessas, 26 milhões se declararam evangélicos. Em 2010, acentua-se ainda mais, quando a população brasileira sobe para 190 milhões e o número de evangélicos salta para 42 milhões, representando pouco mais de 1/5 da população brasileira.

O Censo considera dentro da categoria “evangélica”, os protestantes, com suas respectivas subcategorias⁴ doutrinárias. Delimitando esse universo, pode-se chegar a 13,3% da população brasileira declaradamente pentecostal, seguindo de 4% dos que se dizem evangélicos de igrejas de missão, e 4,8% são os que não determinaram o tipo de igreja, segundo dados do IBGE (2012).

Das maiores igrejas evangélicas, a Assembleia de Deus lidera em número de fiéis no país, mesmo com várias ramificações doutrinárias da denominação. São mais de 12,3 milhões

⁴ Igrejas evangélicas de missão: Luterana, Presbiteriana, Metodista, Batista, Congregacional, Adventista e outras evangélicas missionárias; Igrejas Evangélicas pentecostais: Assembléia de Deus, Congregação Cristã, O Brasil para Cristo, Evangelho Quadrangular, Universal do Reino de Deus, Casa de Benção, Deus é Amor, Maranata, Nova Vida, Comunidade Evangélica, Evangélica Renovada não determinada e outras evangélicas de origem pentecostal; e, Igrejas Evangélica não determinadas: outros grupos evangélicos.

de assembleianos, e os batistas somam 3,7 milhões. O Norte é região em que mais pessoas se declararam evangélicos pentecostais (IBGE, 2012, p.92).

Esse crescimento do número de protestantes no Brasil, principalmente a partir da década de 1970, tem algumas premissas, entre elas, a mídia que abriu espaço para a presença de evangélicos nos meios de comunicação de massa, principalmente na televisão, conforme Campos (2004).

2.3 Movimento pentecostal nos meios de comunicação

O pentecostalismo precisava ser apresentado aos evangélicos, como uma alternativa renovada de experiência com Deus, e a igreja, engajada nessa necessidade de também popularizar as boas novas, foi a Assembleia de Deus, que viu na população mais carente a ação objetiva de atrair, a partir de um evangelho substanciado não só nas manifestações de dons, mas também na promessa de melhoria de vida.

A Congregação Cristã no Brasil se respalda em uma doutrina mais rígida e ortodoxa, que, por exemplo, não utiliza meios de comunicação de massa e as relações evangelizadoras se dão basicamente por oralidade transmitida pelos próprios fiéis.

Neste aspecto, a Assembleia de Deus sai na frente e “se divulga”, primeiro através de suas literaturas, jornais e revistas, depois pelo rádio, televisão e *Internet*, algo que não ocorreu com tranquilidade, mas foi fundamental para o crescimento da igreja pentecostal no Brasil.

A maior turbulência ocorreu quando a liderança da igreja resistiu à inserção do rádio e televisão nas casas dos fiéis. Segundo Souza (2007), os membros que usassem o televisor eram excluídos do rol, tanto por terem o aparelho de rádio ou assistido ao “demônio quadrado” ou a “caixa do diabo” (a televisão), assunto que foi superado no final da década de 1980.

Para Conde (1960), a propagação do pentecostalismo se consolidou em Belém, e, a partir de 1913, dirigiu-se ao interior do Pará. Em 1915, foi dado um passo para fora do Estado, e a Assembleia de Deus implanta uma igreja em São Luiz, no Maranhão, e em 1918, chega a Manaus, no Amazonas.

Em 1917, no mês de novembro, foi publicado o primeiro jornal Pentecostal no Brasil. O título do jornal era “Voz da Verdade”(…). O artigo publicado no primeiro número, na primeira página tinha o seguinte título: "Jesus é quem batiza no Espírito Santo e fogo". "Voz da Verdade" serviu à Assembleia de Deus; publicava as notícias do trabalho no interior; endereço e horários de cultos, notas sociais etc. (CONDE, 1960, p. 41).

Nasce aqui, sem registro de problemas maiores para a igreja, o uso de um meio de comunicação, para dar celeridade às ações e propagação do movimento pentecostal que já estava se espalhando pelo Brasil.

O jornal “Voz da Verdade” tinha o objetivo de disseminar a doutrina e dar publicidade aos feitos da igreja, que, à época, ainda era Movimento de Fé Apostólica, além de ser meio para integrar, pois “havia falta de um elo entre as igrejas, faltava, todos sentiam, um jornal que unisse o povo de Deus através das notícias e doutrinas comuns [sic]”, conforme conta Conde (1960).

Em 1918, o periódico “Voz da Verdade” deixou de circular, e só, em 1919, foi então fundado o jornal “Boa Semente”, já à época da Assembleia de Deus, e chancelado pelos líderes da igreja em Belém, como órgão oficial da igreja.

Em 1929, no Rio de Janeiro, foi criado o jornal “Som Alegre”, mantido pela igreja carioca, e, em 1930, após a Convenção Geral das Assembleias de Deus no Brasil, os jornais foram unificados e criou-se o “Mensageiro da Paz”. Ainda em 1930, fora criada a Casa Publicadora das Assembleias de Deus, que editava todo o material literário usado pela igreja, inclusive os livros de cânticos e o jornal “Mensageiro da Paz”.

Para Araújo (2008), a criação dos jornais “Boa Semente” e, posteriormente, “Mensageiro da Paz”, principal elo de transformações do domínio sagrado da Assembleia de Deus, era, além da contribuição de divulgação das mensagens da igreja, a possibilidade de construção de um discurso homogêneo, com a perspectiva de limitação aos anseios de fragmentadores da denominação. Quando do aparecimento de divergências locais, o jornal era usado como meio de dar publicidade aos nomes dos facciosos.

Parte da identidade do assembleiano foi construída a partir das publicações do “Mensageiro da Paz”, assuntos como formação acadêmica para o desempenho do pastoreio das igrejas, usos e costumes, posicionamentos político-partidários, doutrina da salvação, batismo com espírito santo, dons, curas e milagres conduziram ao longo dos anos as reflexões do sagrado para esses evangélicos (ARAÚJO, 2008).

Na rádio, em 1953, um dos primeiros programas evangélicos a serem veiculados foi o do reverendo presbiteriano José Borges dos Santos Jr., que apresentava o “Meditação Matinal” na rádio Tupi. Já em 1964, segundo Campos (2004), eram 64 programas evangélicos só na Grande São Paulo, sendo 34,2% deles, pentecostais. Na época a igreja Assembleia de Deus já tinha se fragmentado em ministérios, com novos líderes, mas a essência pentecostal estava mantida.

Entre as novas igrejas pentecostais criadas na primeira metade do século XX, no Brasil, estava a Igreja Adventista da Promessa, Igreja de Cristo no Brasil, Igreja de Deus no Brasil e outras. Nas primeiras décadas da segunda metade do mesmo século, nasce a versão brasileira da Igreja do Evangelho Quadrangular, além da O Brasil para Cristo, Igreja Pentecostal Deus é Amor, e outras que migraram para o pentecostalismo, a partir de uma dissidência na Convenção Batista Brasileira, em 1967, e posterior criação da Convenção Batista Nacional, conduzida pela Igreja Batista da Lagoinha (TOGNINI, 1993).

Para as igrejas pentecostais brasileiras, que nascem no seio da Assembleia de Deus, os meios de comunicação de massa, sempre foram vistos como problemas. No rádio, assim como na televisão, dada à dificuldade de aceitação dos líderes, essas duas mídias eram condenadas nas Convenções Gerais e aceitas como doutrina, com a pena de expulsão do corpo de membros da igreja quem tivesse o rádio ou a televisão em casa (SOUZA, 2007).

A partir de então, a representação do crescimento dos evangélicos só aumentou, constatado a partir de dados dos IBGE (2012) e do cruzamento das informações no processo de ocupação da comunicação no país. Campos (2004) chama de “queda” dos evangélicos pela mídia.

Os evangélicos (...) se tornaram uma religião “evangelizadora”, “missionária” ou “proselitista”. Para legitimar tais características seus teólogos disseminaram a ideia de que era preciso recuperar a “pureza da Igreja”, que teria sido maculada por um possível processo de “paganização” ou de “constantinização”, que segundo eles durou toda a Idade Média. Talvez, por causa desse complexo anticatólico, os evangélicos saúdam cada descoberta ou implementação de novas tecnologias comunicacionais como uma “oportunidade dada por Deus” para a expansão de seu reino na face da terra por meio da pregação. (CAMPOS, 2004, p. 148).

Esse pensamento passou a ser percebido no momento em que os líderes das igrejas pentecostais perceberam que, segundo Delgado (2008), a mensagem de púlpito ultrapassaria as paredes dos templos e acarretaria uma série de favorecimentos às igrejas, o que só se testifica a partir do crescimento no número de fiéis associados a essas igrejas que se publicizavam nos meios de comunicação.

Segundo Campos (2008), a ocupação dos evangélicos na mídia brasileira foi intensificada no final da década de 1980, quando a Igreja Universal do Reino de Deus (IURD) comprou a Rádio e Televisão Record S.A e da criação da Rede Boas Novas (RBN), em 1993, quando a Igreja Assembleia de Deus em Manaus comprou a extinta TV Ajuricaba.

Outras aquisições foram feitas por igrejas. A igreja Universal comprou a Rede Mulher, que transformou em Record *News* e arrendou inúmeras rádios, criando a rede de

rádios Aleluia. A Assembleia de Deus também comprou rádios e canais de televisão no Pará e no Acre.

Um dos líderes assembleianos que está presente na mídia é o pastor Samuel Câmara, que dirige atualmente, a primeira igreja construída no país, dentre as denominadas Assembleia de Deus e está localizada em Belém, no Pará. Câmara reconhece que houve uma demora da denominação em ocupar a mídia televisiva.

Eu só lamento o atraso a que fomos legados, infelizmente 50 anos depois tivemos (denominação Assembleia de Deus) coragem de entrar (na televisão) e sofremos até hoje, porque não existe nenhum apoio da denominação no sustento. A impressão que dá é que os que não têm coragem não fizeram, ou seja, os líderes, eles que torcem para que acabe, ao invés de estimular, isso eu lamento. De qualquer modo, antes tarde do nunca (CÂMARA, 2016).

Na segunda metade do século XX, novas denominações evangélicas foram surgindo e ocupando espaços na televisão, a exemplo da Igreja Internacional da Graça de Deus (IIGD), liderada pelo missionário Romildo Ribeiro Soares (RR Soares), com a Rede Internacional de Televisão (RIT); a Igreja Mundial do Poder de Deus (IMPD), liderada pelo pastor Valdemiro Santiago, com a Rede Mundial; a Igreja Plenitude com a TV Plenitude, liderada pelo pastor Agenor Duque; todas com cobertura nas capitais e principais cidades do país.

2.4 Evangélicos na *Internet*

Os computadores de uso domiciliar com *Internet* se popularizam durante a década de 1990 e abriam caminho para novas formas de comunicação, diminuindo distâncias, diversificando o entretenimento, abrindo novas fontes de informação e acelerando o acesso às novas formas de tecnologias da comunicação e informação.

A rede mundial de computadores chega com interatividade e dá acesso a conteúdos dos mais diversos assuntos, além de permitir multimídia e condensar outras mídias de comunicação.

Os veículos de comunicação, as empresas e os órgãos públicos passaram a construir seus *websites*, as pessoas a criar perfis em redes sociais digitais, e todos começaram a desbravar a *Internet*. Algumas igrejas evangélicas também iniciaram suas atividades na rede, algo que se acentuou a partir dos anos 2000.

Campos (2012) percebe a presença e acentuação da igreja na *Internet* e pondera sobre a relação dos evangélicos e igrejas, através do uso das redes, como uma prática religiosa

que facilita a vida do fiel e limita sua participação em cultos, mas não o distancia da igreja, pois as mesmas estão empenhadas em transmitir cada vez mais os cultos no formato on-line.

Diante desse contexto, verificou-se a presença dos evangélicos na *Internet* com várias justificativas, e a partir dessa premissa, é notável que na rede os elementos religiosos passam a representar a construção de algo novo, que, nas estruturas burocráticas e físicas, já não funcionam, ou seja, através das redes, é possível um novo olhar para a religiosidade. Aqui nasce o interesse do autor pelo estudo da presença do evangélico na *Internet*, a relação Comunicação e Igreja Evangélica e os fenômenos a partir desse ecossistema.

Nota-se também que a presença das igrejas evangélicas na *Internet* é dada por meio da disponibilização de *sites* institucionais, perfis oficiais nas plataformas de redes sociais, transmissões ao vivo de cultos, boletins informativos eletrônicos, vídeos, *chats* com pastores e outras mídias, constatando-se a preocupação das igrejas com o envolvimento, com as relações, com a produção de conteúdo e interações proporcionadas pelas redes.

Para Jungblut (2010), os evangélicos estão empenhados na mobilização pela expansão do rebanho a partir dos apelos por salvação, e a *Internet* é atualmente o local onde têm ocorrido mais essas investidas, assim como foi com o rádio e a televisão. Essa presença tem sido feita principalmente por jovens entre 15 e 25 anos de idade, ligados às igrejas pentecostais, a partir de,

[...] formas bastante diversificadas de visibilidade; institucional (muitas páginas de igrejas locais, regionais, nacionais ou mesmos internacionais; um grande número também de páginas de organizações ecumênicas, paraeclesiais, interdenominacionais, etc.); publicitária/comercial (um número considerável de páginas na *web* com publicidade de livrarias e lojas de discos evangélicos, por exemplo); pessoal (um grande número de páginas pessoais visando a divulgação da fé evangélica); intensa interatividade individual de relacionamentos extra e intramuros (grupo religioso que, seguramente, mais se lança à interatividade comunicativa via *Internet* buscando não só a formação de comunidades de crentes como também o trabalho conversionista) (JUNGBLUT, 2010, p.206).

Podem-se observar as diversas formas em que os evangélicos buscam para marcar a presença na *Internet*, com objetivos versam sobre o princípio da expansão e conquistas do ciberespaço, o qual, segundo Levy (1999), é um novo meio para a comunicação, a sociabilidade, a organização e transição, que surgiu em decorrência da *Internet*, tal qual um novo mercado da informação e conhecimento.

Para Campos (2009), as relações religiosas encontraram na *Internet* um espaço apropriado para além da sua própria publicização (um conceito que retomaremos mais à frente), uma reformulação dos modos de crença. “O ciberespaço é o lugar ideal para tempos

de dificuldades ou período de crise para o que a Igreja Católica chama de ‘paróquia’ e os evangélicos de ‘congregação’ ou de ‘igreja local’”. Nesse sentido, o autor afirma que na interação face a face, as fronteiras da comunidade se estenderam e alteraram profundamente as relações pessoais.

O eixo deixou de ser templo-sacerdote-fiel, entrando, nesse processo, a figura de um pregador midiático, que à distância “faz a cabeça” do paroquiano. O advento de uma “idade média” na comunicação religiosa implicou na necessidade de um novo tipo de pastor ou sacerdote – o animador de auditório – de preferência amparado pelo som de uma música que pouco de comum tem com a hinódia tradicional das Igrejas. A *Internet* se tornou uma das mais populares formas de ligação entre os encarregados do “ministério da música” ou “do louvor” em nível local, com grandes produtores de música e canções religiosas – uma indústria cultural religiosa que tem os seus artistas, padres cantores, ou seja, “novos intermediários culturais” (CAMPOS, 2009).

Nesse olhar, a construção ecossistêmica permitida pela *Internet*, coloca em evidência as transformações e a pluralidade que a mídia proporciona. Esse tipo de comunicação e atração ressignifica o espaço ortodoxo e proselitista das igrejas evangélicas e abre caminho para o entretenimento ou, ao menos, à fuga ao tradicionalismo.

Da década de 1990 em diante, popularizou-se o uso do Computador Pessoal (PC), e, a partir dos anos 2000, a *Internet* ganhou cada vez mais espaço na comunicação, agora mediada pelo dispositivo eletrônico. O encurtamento das distâncias físicas, a multimídia e o aceleração das tarefas profissionais do dia a dia são apenas algumas das novas funções que chegam com a nova tecnologia.

A Comunicação Mediada pelo Computador (CMC) permite e amplifica a capacidade de conexão entre indivíduos e nesses espaços são criadas as redes sociais digitais ou mídias digitais, onde as relações sociais saltam do físico (*off*) para o virtual (*on*), e onde as interligações acontecem a partir dos nós, sob a representação dos atores, que são pessoas envolvidas na rede, como partes do sistema, e que atuam moldando as estruturas sociais, através da interação e da constituição de laços sociais no ciberespaço (RECUERO, 2009).

A transposição de ‘redes sociais’ para a *Internet*, neste estudo, é designada para sites – ou plataformas, que incluem os aplicativos - que façam a intermediação, a partir de um perfil com interações multimídia na *Internet* (Facebook, Twitter, Instagram e *Youtube* são os principais), dos atores, vistos também como nós, criando pontes e interconexões, que ao ampliar o olhar, percebem-se fenômenos de um ecossistema comunicacional.

Segundo Facebook (2019), mais de 2,7 bilhões de pessoas usam as principais plataformas de redes sociais digitais todos os meses. E entre esses usuários, vários são líderes religiosos das principais igrejas evangélicas brasileiras, e através das redes arrebanham

milhões de internautas com seus discursos, seja por fluxo da rede digital para a social ou vice-versa, em que a consolidação de um líder se dá em determinado ciclo social e sua visibilidade é tangenciada pelas redes digitais.

Quadro 1 – Líderes evangélicos brasileiros e quantidade de seguidores em redes sociais⁵

| Líder religioso | Igreja | Seguidores no Facebook | Inscritos no Youtube |
|---|--|------------------------|----------------------|
| Paulo Júnior (Defesa do Evangelho) | Igreja Aliança do Calvário | 713 mil | 1.2 milhões |
| Nelson Jr. (Eu Escolhi Esperar) | Base Church | 214 mil | 1 milhão |
| Tiago Brunet | Casa do Destino | 1.4 milhões | 848 mil |
| Claudio Duarte | Igreja Projeto Recomeçar | 5 milhões | 818 mil ⁶ |
| Lucinho Barreto | Igreja Batista da Lagoinha | 1,5 milhões | 782 mil |
| Silas Malafaia | Igreja Assembleia de Deus Vitória em Cristo | 2,4 milhões | 698 mil |
| Josué Gonçalves | Assembleia de Deus – Família Debaixo da Graça | 678 mil | 640 mil |
| Edir Macedo | IURD | 2,3 milhões | 464 mil |
| Marco Feliciano | Igreja Assembleia de Deus Catedral do Avivamento | 4,3 milhões | 192 mil |
| Ed Rene Kivitz | Igreja Batista Água Branca | 231 mil | 89 mil |

Fonte: O autor (2019).

Dos dez líderes apresentados na lista, sete são de igrejas pentecostais, um de igreja neopentecostal e dois vinculados à tradicional de missão. No entanto, há muitos outros líderes evangélicos que possuem vários seguidores nas redes sociais digitais.

O pastor Cláudio Duarte aparece no topo da lista com 5 milhões de seguidores no Facebook, e a temática que ele trata é principalmente o relacionamento conjugal. Na pregação, o jeito cômico de falar, além de dar exemplos do cotidiano de um casal e deixar ganchos para o riso. No púlpito, adota uma postura mais descontraída com a aparência, tem linguagem acessível e usa o humor nas pregações.

[...] o humor traz aproximação com o público, com as pessoas, com os fiéis que precisam de orientação e ensinamentos. O pastor afirma que assume a postura, pois

⁵ Dados consultados em 31 de julho de 2019.

⁶ Existem vários canais no Youtube que referenciam o pastor Cláudio Duarte, além de vários canais oficiais criados por ele e por sua igreja. No entanto, o canal “A Graça que Mudou Minha Vida” é o com número maior de seguidores.

essa é uma de suas características pessoais. Apesar de ser criticado por muitos, ele afirma que utiliza de piadas de referência, contudo não desrespeita os seus ouvintes, entendendo e respeitando que eles entendem a mensagem e que são pessoas sérias e nem sempre dotadas do mesmo bom humor (DUARTE, 2018, n.p).

A ascensão de Duarte foi mediada pela *Internet*, onde ganhou reconhecimento quando indivíduos passaram a disponibilizar trechos em vídeo de suas pregações regadas a humor. Segundo a Folha (2015), ele ficou conhecido entre os evangélicos em 2010, mas a partir de 2015 é que ganhou notoriedade entre o grande público.

No *Youtube*, por exemplo, há vários canais destinados ao pastor e para a reprodução de suas mensagens. Não há como precisar os milhões de visualizações de suas mensagens.

Duarte (2013), em entrevista cedida à TV Bandeirantes ressalta que não divulgou vídeos na *Internet*, mas que indivíduos os disponibilizavam na rede. Geralmente, trechos de suas palestras gravadas e vendidas em DVDs, com isso ele passou a ganhar reconhecimento e fama.

Sobre o humor, Duarte (2013) ressalta que admira humoristas e não via problema algum em trazer isso para suas ministrações e palestras, com o objetivo de atrair a atenção do público.

Em outro momento da entrevista, Duarte pondera sobre a crítica da igreja em relação ao humor e ao evangelho. Ele destaca que isso se dá por ser algo novo, desconhecido e também por acreditar que “os indivíduos veem Deus como um velinho mal-humorado querendo brigar com o homem o dia inteiro”, justificando-se. “Eu vejo um Deus muito bem-humorado quando me deparo com a bíblia. Os fundamentos das minhas mensagens sempre veem da bíblia, o princípio é bíblico, e às vezes o humor só vem para agregar o valor” (DUARTE, 2013).

Há várias justificativas históricas para a permissão do riso no cristianismo, e Minois (2003) pondera em sua obra sobre os efeitos e justificativas para a presença do riso na igreja, ou seja, origina-se do escárnio, como zombaria do Diabo, perpassa pelo pecado original ainda com Adão e Eva no Jardim do Éden, pelos primeiros cristãos que viam o riso como prazer carnal, desequilíbrio, decadência do homem e conseqüência de pecado.

No início da Idade Média, parte dos pensadores considerava o riso como dúbio, podendo ter um lado bom e outro mal, algo que, no final do período, é marcado pela retomada da ideia do riso como algo diabólico.

Nesse aspecto, a construção de um sentido para o riso foi absolvida pela igreja cristã em seu processo histórico, chegando ao século XXI, quando se estabelece um novo horizonte,

que Minois (2003) chamou de riso moderno, no qual há a perda da seriedade, em uma era virtual, em que o jogo da vida se auto reproduz em eco, mascarando a perda de sentido, diante do contexto social em que se vive na atualidade.

[...] O riso é indispensável porque, mais do que nunca, estamos diante do vazio [...] Em nossa situação, que outra atitude, a não ser o riso, poderia proteger-nos de desespero? Até a Igreja Católica, que o combateu por tanto tempo, hoje elogia seus méritos: ela também tem necessidade do humor para explicar a seus fiéis as sutilezas de suas evoluções doutrinárias... Que bela desforra do diabo! A igreja sempre soube adaptar-se, cedo ou tarde, e o humor seria digno de ser elevado à categoria de quarta teologia⁷. Esse humor é absolutamente indispensável ao século XXI [...]. (MINOIS, 2003, p. 447, 448).

O humor nasce dentro da redoma da proibição do riso, à época, ainda com o domínio do cristianismo pela igreja Católica. A partir da Reforma, os elementos ligados ao humor são importados para o protestantismo respaldados por assertivas bíblicas, como a de que “Jesus não sorriu” ou “o riso é quando o diabo consegue se divertir por ter sido sagaz”.

O escárnio ou outras formas de riso, remetidas ao desfazer em relação ao outro, são, por tanto, associações ao pecado, ao erro, e assim se propagou. Essa relação é notada principalmente nas igrejas pentecostais, que em sua doutrina, apelam à forma rigorosa e ortodoxa no trato das coisas relacionadas ao evangelho.

O discurso religioso é cuidadoso quanto ao humor, por ser marcado pela seriedade e proselitismo nos cultos e reuniões. Nos momentos permitidos, o riso está associado a celebrações que sejam direcionadas a alegrias, como ao recebimento de bênçãos, nascimento, vitória e prosperidade. O riso que foge desse padrão é visto como zombaria, chacota, escárnio e gozação.

No entanto, percebe-se que o humor ganha espaço com a igreja mais contemporânea, desde séculos, que se preocupa com a quebra de paradigmas diante de questões tabus, mas ainda assim há resistências a partir de evangélicos mais ortodoxos. Corresponde, geralmente, a doutrinas tradicionalistas de missão ou ainda pentecostais clássicos.

Os elementos sagrados de um culto, sejam físicos ou transcendentais, quando representados através do humor, são referenciados e significados, a partir da brincadeira, o que pode contagiar e levar ao riso ou simplesmente ser contido pelo discurso de que não se poder rir de algo sagrado. Essa dicotomia é clara e evidente, a partir do cotidiano do evangélico, e tem mais presença entre os pentecostais.

⁷ As virtudes teológicas são características que fundamentam o agir mortal do cristão, são elas: a fé, a esperança e a caridade.

No aspecto sacro, Durkheim (1996) constrói uma representação polarizada, quando admite que, “o sagrado e o profano foram sempre e por toda a parte concebidos pelo espírito humano como gêneros separados, como dois mundos entre os quais nada há em comum”, e diante dessa divisão, considera que “coisas sagradas são aquelas que os interditos protegem e isolam; as coisas profanas, aquelas às quais esses interditos se aplicam e que devem permanecer à distância das primeiras”.

Em linhas gerais, o sagrado recebe uma “proteção” e é o que se mantém em conformidade com os padrões do universo religioso. E o profano é visto como aquilo que faz frente ao sagrado, ou seja, o seu oposto.

Quando se parte para entender o humor sendo aplicado sob o sagrado, encontra-se, por natureza, a resistência doutrinária, a qual condena ligeiramente tudo e todos que, de alguma forma, desconstroem os dogmas, os ritos ou as práticas religiosas ditas sagradas.

Na atualidade existe uma diversidade de atores que descobrem no ciberespaço uma nova esfera pública, onde há liberdade, público e espaço para discordar, denunciar e propor ideias. Isso acontece também no campo da religião, em que mesmo indivíduos que não são autoridades religiosas ou especialistas em Teologia podem opinar e debater. Ao mesmo tempo, isso é limitador, pois chega um momento que perdem a intensidade e o objetivo, talvez pela própria dinâmica do meio digital. (COSTA E JÚNIOR, 2013, p.13).

Há, diante do cenário midiático, uma relativização do humor. No ciberespaço encontram-se inúmeras produções que mesclam humor e religião. A liberdade de se produzir para, na e da *Internet*, é onde pode ser percebida a atuação de evangélicos, seja por denominação ou ainda indivíduos que por si, decidam criar um canal, perfil ou *fanpage*⁸ em plataformas digitais de redes sociais para falar de conteúdos religiosos.

Cabe ressaltar, no entanto, que há indivíduos declaradamente evangélicos que criam canais e perfis em redes sociais para falar do meio sob a ótica do humor, conforme o Quadro 2, e outros que não são parte, mas que, ainda assim, mantém perfis com paródias e sátiras dos evangélicos.

Quadro 2 – Canais e fanpages em redes sociais criados por evangélicos com conteúdo confessional⁹

| Criador | Canal | Seguidores no Facebook | Inscritos no Youtube |
|-----------------------|---------------|------------------------|----------------------|
| Jonathan Nemer | Desconfinados | 2 milhões | 3,8 milhões |

⁸ É uma página do *Facebook* criada para negócios com o propósito de agregar fãs de empresas, de marcas ou de personalidades.

⁹ Dados consultados em 19 de agosto de 2019.

| | | | |
|--------------------------|-------------------|------------|-------------|
| Vini Rodrigues | “Tô Solto” | 1,5 milhão | 2,3 milhões |
| Rodrigo Fernandes | Rodrigo Fernandes | 130 mil | 2,1 milhões |
| Franklim Medrado | Tipo Assim | 54 mil | 641 mil |
| Samuel Rodrigues | Cristão Comédia | 101 mil | 250 mil |
| Robson Cunha | Robinho CQG | 127 mil | 20 mil |
| Tiago Plana | Irmã Creydy | 3 mil | 11 mil |

Fonte: O autor (2019).

Dos perfis apresentados no Quadro 2, nota-se que há um público expressivo de internautas que acompanham os conteúdos. A priori, todos baseados em dialogar com a sociedade assuntos do cotidiano evangélico. Cabe destacar que a linguagem imprópria e vulgar não é apresentada nas sátiras, paródias e esquetes dos referidos canais. Além da linguagem, as referências pesam sempre para o lado cômico do evangélico, baseado no clichê da religiosidade, principalmente de práticas acentuadas de costumes.

Os estereótipos são bem marcados nos conteúdos, sempre com causos e fatos que estão diretamente associados ao universo evangélico e sua relação com a sociedade. Há, notadamente, um cuidado com o duplo sentido e frases que, de alguma forma, desconstruam a base cristã do evangelho e não fira os mandamentos bíblicos.

O “fazer rir” dentro do humor, segmentado ao público evangélico e produzido por evangélicos, é contido na redoma da própria religião e, ainda que não haja um limite muito claro, percebe-se o cuidado de preservar a imagem de quem produz o conteúdo diante de sua própria comunidade ou igreja.

Segundo Minois (2003, p.76) o riso não é natural no cristianismo, pois é uma “religião séria por excelência. Suas origens, seus dogmas, sua história o provam (...). O riso não fazia parte do plano divino. O pecado original é cometido, tudo se desequilibra, e o riso aparece o diabo é responsável por isso”.

O autor se refere ao pecado original, quando o texto bíblico conta que no Jardim do Éden, havia uma árvore em que o fruto não poderia ser comido. Contudo, influenciada por uma serpente, Eva o comeu e deu a Adão, seu esposo, desobedecendo a uma ordem dada por Deus. Como conseqüência, foram expulsos do paraíso.

A imagem dessa serpente ficou associada ao diabo, e, portanto, segundo o autor Minois (2003, p.77), essa referência tem sérias conseqüências, pois o “riso é ligado à imperfeição, à corrupção, ao fato de que as criaturas sejam decaídas (...). É a desforra do diabo, que revela ao homem que ele não é nada”.

Em uma breve revisão nas descrições dos canais e *fanpages* apresentados no Quadro 2, a presença das palavras rir, humor cristão e alegrar são as que mais aparecem. A partir desses termos, pode-se notar o cuidado do produtor de conteúdo em justificar o humor como um elemento também comprometido com o evangelho.

Nas redes sociais, também é possível observar canais e *fanpages* feitas por pessoas que conhecem o cotidiano evangélico, mas que não professam da mesma fé. Os conteúdos produzidos, geralmente, são voltados para a manifestação de desdém, de menosprezo e não há os limites em falas, por exemplo, com o uso de palavras de baixo calão, e, por vezes fazem referências sexuais e expõem as práticas dos evangélicos.

O perfil “Irmã Zuleide” é administrado pelo Dj Álvaro Oliveira Rodrigues, que usa do estereótipo da imagem de uma evangélica pentecostal para postar assuntos tabus da igreja, como signos, astrologia e sexualidade, sempre associados ao contexto e cotidiano do evangélico.

As postagens são feitas principalmente no Facebook¹⁰, onde tem 7 milhões de seguidores; no Instagram, com 3,2 milhões e no Twitter, com 1,2 milhões. Não é um perfil que preza pelas “boas-novas”, mas é onde evidencia-se a desconstrução do evangélico.

Ainda nesse sentido, o humorista Arnaldo Taveira criou o personagem Apóstolo Arnaldo, que em tom acentuado na fala, imita a figura de líderes evangélicos. Seu canal no *Youtube* “Igreja Evangélica Pica das Galáxias” tem 648 mil inscritos.¹¹

Nos vídeos aparece, o humorista aparece caracterizado com um terno. O cenário tem como plano de fundo um pasto, onde ovelhas aparecem e, sob a impostação da voz e uso do púlpito, o discurso é construído sobre os costumes da igreja, mas com uma linguagem que foge da usada pelo evangélico, mescla palavras de baixo calão e quase sempre ligadas à sexualidade, a partir de um olhar mais crítico quanto à hipocrisias de pastores.

Sobre esse aspecto, nota-se que as críticas são direcionadas para as práticas do evangélico, cujo cotidiano é representado nos discursos e linguagens de ambos os canais, enfáticos representações que fazem do indivíduo após o processo de conversão, quando ele deixa as práticas que ferem os princípios cristãos, e agora, em princípio, orientado por outros fiéis, inicia uma “nova vida”, com abstenção aos “prazeres do mundo” em prol da vontade de Deus.

Segundo Pacheco et al. (2007, p.60), os evangélicos relacionam com o mundo, por meio da experiência de vida comunitária que tiveram com a conversão, evidente na

¹⁰ Imã Zuleide Oficial. Disponível em: <https://www.facebook.com/IrmaZuleideOficial/>. Acesso em: 18fev2020.

¹¹ Dados consultados em 20 de agosto de 2019.

linguagem, por “uma distinção clara entre ser ‘do mundo’, isto é, partilhar das atitudes e valores da cultura comum, e ser alguém que está ‘na presença do Senhor’”.

Há uma dicotomia no discurso do evangélico baseada em possíveis realidades para o homem, ou seja, ser do mundo, onde há práticas pecaminosas constantes ou ser convertido e abandonar as práticas quando, outrora, não tivera confessado sua fé através do processo de conversão ao evangelho.

No discurso evangélico, é quando se está e vive no mundo, mas não se é do mundo, estando de passagem por esse planeta para fazer a obra de Deus, cujo objetivo é o de “ganhar almas para Ele” (fazer novos seguidores).

Há, para tanto, a promessa de vida eterna, onde a realidade do mundo onde se vive, bem como suas mazelas passará e somente os que confessam a fé através do evangelho, terão direitos de viver, após a morte, em um céu onde não há dor, choro e todos poderão desfrutar da glória de Deus em infinidade.

Essa ponte, entre o homem sem ter confessado Cristo e o homem já transformado por ele, permeia o cerne do discurso evangélico, pois quem já passou pelo processo de conversão deve deixar as “coisas do mundo”, expressão pela qual se subentende o pecado e as práticas que causam desvio de conduta religiosa, para se dedicar e priorizar as “coisas de Deus”, atitudes que não vão acarretar na vontade dele.

A partir desse prisma, é possível perceber o cenário ecossistêmico, pois há uma capilaridade e muitos dos aspectos do contexto e cotidiano evangélico são fragilizados pela linha tênue que divide as “coisas do mundo” das “coisas de Deus”. A complexidade, entretanto, permite um olhar mais amplo ao fenômeno e, mesmo que haja uma diferenciação entre os conteúdos e produtores de vídeos, as histórias e os discursos partem de elementos identitários dos evangélicos.

2.5 Representações dos evangélicos na mídia

Pela definição baseada em Michaelis (2019), o termo “representação” tem em um de seus significados, a “imagem ou ideia que traduz nossa concepção de alguma coisa ou do mundo”, e para a construção dessa dissertação levamos em conta esse direcionamento conceitual, pois não há um consenso delimitador de conceito para o termo. Quando o associamos à religião, buscamos em Durkheim (1996), que apresenta a idealização da representação religiosa.

[...] a religião é uma coisa eminentemente social. As representações religiosas são representações coletivas que exprimem realidades coletivas; os ritos são maneiras de agir que nascem no seio dos grupos reunidos e que são destinados a suscitar, a manter ou refazer certos estados mentais desses grupos. Mas então, se as categorias são de origem religiosa, elas devem participar da natureza comum a todos os fatos religiosos: elas também devem ser coisas sociais, produtos do pensamento coletivo (Durkheim, 1996, p.XVI).

Neste sentido, a religião conduz a forma de agir dos indivíduos em sociedade, e a representação religiosa é o reflexo do coletivo, embora sendo vista como conjunto de representações, que são produtos de cooperação que transcende o espaço e chega ao tempo, como proposto pelo filósofo, ela se sobressai na natureza humana.

Prospectando, a partir de um prisma mais delimitador, percebe-se o cenário da cultura gospel, como o “jeito de ser evangélico”, que tem origem na “adaptação dos novos movimentos à modernidade”, ou seja, que sofrem mudanças e podem ser vistas “nos cultos, no comportamento dos fiéis, que se divertem com a própria religião, em especial por meio de shows, baladas gospel e de megaeventos como a Marcha pra Jesus”, como colocado por Cunha (2012).

A cultura gospel é um fenômeno em curso, que torna a presença evangélica na esfera pública mais intensa, ainda mais recentemente, por meio da ocupação cada vez maior de espaço nas mídias não religiosas, em especial pelo aquecimento do mercado fonográfico evangélico, também fortalecido pela abertura de gravadoras não religiosas ao gênero gospel. A divulgação de eventos evangélicos no noticiário sobre religião nos tele e radiojornais e nas mídias impressas, divulgação antes inexistente, torna-se hoje prática comum. (CUNHA, 2012).

Com o crescimento do mercado fonográfico evangélico, principalmente com o aporte doutrinário da pirataria como pecado, as gravadoras tradicionais brasileiras como a Som Livre, do Grupo Globo, Universal Music e Sony Music, perceberam o potencial desse nicho de mercado, e entraram na disputa por artistas do seguimento, com as gravadoras confessionais. Atualmente são as que concentram o maior número de cantores evangélicos e católicos, e os principais nomes do cenário.

Concernente à representação do evangélico brasileiro, a mídia dá visibilidade, principalmente às construções identitárias baseadas em estereótipos. Para Chéquer e Souza (2014), quando do início da operação da televisão no país, o espaço do evangélico era delimitado a sua programação específica e a programas segmentados. A inserção do evangélico em noticiário ou telenovela era incomum. No entanto, nas duas últimas décadas do século XXI, nota-se um avanço e a maior aceitação de inserir personagens do universo evangélico.

Para Bellotti (2013), o período de 1989 a 1995 foi marcado por uma época de “demonização” dos evangélicos, onde a mídia televisiva sustentava a ideia de corrupção e do descontrole em relação ao catolicismo, como o episódio, de 1995, em que o ex-bispo da Igreja Universal Sérgio Von Helder chutou a imagem de Nossa Senhora Aparecida durante seu programa exibido pela TV Record¹².

Com base no crescimento do número de evangélicos, segundo dados do Censo 2000 (IBGE, 2012) cerca de 26,2 milhões ou 15,4% da população brasileira disseram professar a fé evangélica, além do crescimento de representantes na política. Tratativas e reposicionamento da mídia, principalmente da TV Globo, passaram a dar mais espaço para esse nicho de telespectador.

Domingão do Faustão, programa de variedades em auditório. Planeta Xuxa, revista eletrônica de cultura pop. Criança Esperança, mobilização de arrecadação financeira em prol do direito de crianças e adolescentes. Show da Virada, programa musical de réveillon. Só Toca Top, musical com os hits mais tocados. Conversa com Bial, programa de entrevistas e, Altas Horas, musical e de bate-papo, são apenas alguns dos programas da TV Globo, dos quais a cantora evangélica, Aline Barros, participou nos últimos anos.

Figura 1 – Aline Barros canta no programa Altas Horas Especial Criança Esperança da TV Globo



Foto: Divulgação/TV Globo¹³

¹² Jornal Nacional, 12 de Outubro de 1995. Disponível em: <<https://youtu.be/N8tipx5Cw-c>>. Acesso em 15 mai. 2020.

¹³ Altas Horas. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/7852105/>>. Acesso em 25 fev. 2020.

O espaço dos evangélicos na mídia cresceu ainda mais quando, em 2011, a TV Globo decide levar ao ar um programa especial de fim de ano, o Festival Promessas¹⁴, como um encontro de música gospel de vários estilos. Algo que se repetiu nos dois anos seguintes.

Em outras emissoras de televisão, os evangélicos já haviam conquistado mais espaço, tanto com o aluguel de faixas nas grades de programação quanto nos programas de auditório próprios, a exemplo, do Raul Gil, da Rede Record/SBT, Sábado Total, na Rede TV, Sabadaço, na Band, além de canais próprios confessionais.

Da representação do evangélico em telenovelas, nota-se uma inserção de personagens em alguns núcleos, como em “Cheias de Charme”, exibida em 2012, na Rede Globo. “Ivone” é a personagem evangélica da trama, interpretada por Kika Kalache, além de empregada doméstica, segundo a definição dos autores, ela é séria, religiosa, devota da igreja, carrega sempre a bíblia consigo, fala constantemente de Deus aos outros, tem o português perfeito, é delicada, de fala mansa e não se preocupa em regular a vida do outro.

Outra personagem evangélica é a “Dolores Neiva”, interpretada por Paula Burlamaqui, na telenovela ‘Avenida Brasil’, também exibida pela Rede Globo, em 2012. Segundo o perfil descrito pelos novelistas, a personagem é separada de um primeiro casamento, foi atriz de pornochanchada, e, segundo a narrativa, por estar cansada de viver no pecado, decidiu converter-se. No entanto, não durou muito e, ao reencontrar os colegas de trabalho do cinema, voltou às origens.

Um terceiro personagem evangélico retratado pela Rede Globo foi o motorista e pastor Ezequiel, interpretado por Flávio Bauraqui, na telenovela Duas Caras, exibida entre 2007 e 2008. O pastor era filho de uma mãe de santo, e segundo perfil divulgado pelos novelistas, Ezequiel optou por se tornar um pastor pentecostal, passou a ter visões com relação ao patrão e era como um apaziguador na novela.

¹⁴ Festival Promessas –Memória Globo. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/especiais/festival-promessas/festival-promessas-formato.htm>>. Acesso em 8 out. 2019.

Figura 2 – Personagens que representam evangélicos em telenovelas da TV Globo



Foto: Divulgação/Memória Globo¹⁵

Nota-se que a roupa é um elemento forte dentro da construção identitária do indivíduo que professa a fé evangélica. Não há decotes em roupas femininas, e além da pouca maquiagem, há simplicidade nos penteados, adereços e nos dois casos apresentados, a saia é um elemento comum, bem como a Bíblia sendo carregada, a fim de reafirmar a ideia de evangélica.

No caso do personagem Ezequiel, percebe-se, em primeiro momento o uso do terno, que na novela pode ser justificado pela profissão de motorista. No entanto, ainda assim é uma marca evidente das vestimentas do pastor evangélico dentro de um contexto social mais voltado à doutrina pentecostal, onde é comum encontrar, além de pastores, outros fiéis com esse tipo de roupa.

O discurso evangélico é muito enfático na dualidade ‘mundo versus igreja’, ou seja, as coisas ‘erradas’ são sempre as que se desvinculam das práticas religiosas, e a ênfase na ação demoníaca é sempre presente no discurso pentecostal.

Nesse sentido, a representação do evangélico nas telenovelas citadas se divergem, pois, enquanto a personagem Dolores passa por um processo de conversão, onde estava vivendo práticas do “mundo” e as deixa para viver o “evangelho”, a fuga do pecado, Ivone e Elizeu trazem, no enredo da novela, o discurso religioso fundamentado e, de forma branda, constroem as narrativas de personagens cristãos.

¹⁵ Disponível em: < <http://memoriaglobo.globo.com/> >. Acesso em 8 out. 2019.

Além das telenovelas, no noticiário de 2019, o evento “Marcha para Jesus”, que é organizado pela igreja neopentecostal “Renascer em Cristo”, segundo dados disponibilizados pela plataforma de *streaming* Globoplay, ganhou três matérias no Jornal Nacional da TV Globo.

“Marcha para Jesus reúne milhares de pessoas em Goiânia”¹⁶, exibida no dia 1 de maio, com duração de 2 minutos; “Em SP, 27ª Marcha para Jesus reúne três milhões, segundo organizadores”¹⁷, exibida no dia 20 de junho, com 4 minutos de duração; e, “Marcha para Jesus ocupa a esplanada dos Ministérios, em Brasília”¹⁸, com exibição no dia 10 de agosto e 22 minutos de duração.

Outro destaque, em programas jornalísticos, que trata da representação do evangélico em sociedade é a política, um dos espaços públicos onde eles mais são vistos, e a partir do exercício legislativo, muitas vezes polêmico, ganham espaço na mídia brasileira.

Para Martino (2016), a relação da política com a religião ganha novos formatos, quando há apropriação da mídia. Para tanto, “o processo de midiáticação da religião parece estar cada vez mais se articulando com a participação de igrejas e religiosos nos assuntos públicos, com particular presença nos espaços eleitorais e nos espaços legislativos”. Esse vínculo, segundo o autor, parece auxiliar as igrejas na divulgação de valores, crenças, além da conversão de presença em tomada de decisões políticas.

No espaço político-legislativo brasileiro, a Frente Parlamentar Evangélica do Congresso Nacional, também chamada de ‘Bancada Evangélica’, segundo o DIAP (2018), tem 92 parlamentares, sendo 85 deputados federais e sete senadores. A maioria é formada por jornalistas, pastores e empresários. E entre as pautas previstas e defendidas estão,

Questões relacionadas a costumes e à moral, defesa da ética e da vida humana, além daquelas afetas à honra da família são as que geralmente unem a bancada evangélica. Descriminalização do aborto, regulamentação da união civil homoafetiva e pesquisas com células-tronco são temas emblemáticos sobre os quais os membros da bancada atuam de forma coordenada. A bancada atuou com unidade e fechou questão, por exemplo, nas deliberações sobre a Lei de Biossegurança, posicionando-se contrariamente à clonagem humana e à manipulação de embriões humanos. O projeto que criminaliza a homofobia também coloca em lados opostos os membros da bancada evangélica e os deputados identificados com as questões de direitos humanos (DIAP, 2018, p.114).

Esse contexto religioso, político e midiático é complexo, mas a partir de um lugar de fala, onde há maior visibilidade e alcance. Conforme Martino (2016), isso “pode significar um

¹⁶ Jornal Nacional. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/7583653/>>. Acesso em 25 fev. 2020.

¹⁷ Jornal Nacional. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/7708632/>>. Acesso em 25 fev. 2020.

¹⁸ Jornal Nacional. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/7834736/>>. Acesso em 25 fev. 2020.

aumento na força política”. O político, em muitos casos, é endeusado pela ideia bíblica, baseada em Salmos 33:12, onde a nação é feliz, quando tem Deus como Senhor. E ter um representante evangélico no Congresso, vai ao encontro à expectativa de inúmeras pessoas que partilham da mesma fé, princípios, práticas e valores.

Nesse aspecto, a lógica midiática está sob uma linha tênue, quanto à possibilidade de expor a imagem social, política ou ainda pessoal, e do discurso evangélico, baseado no conservadorismo moral. “A visibilidade da religião, no espaço público, vem mostrando consequências além do campo da mídia ou da religião, construindo novas formas de integração com o cotidiano dos indivíduos”, conforme aponta Martino (2016, p.102).

Assim, a religião toma parte das discussões públicas e compartilha de uma agenda política comum. Dentro do processo político midiaticizado, Cunha (2019), salienta que,

O ativismo político digital evangélico emerge dos processos de midiaticização vividos pelo segmento evangélico no Brasil, diga-se, dos circuitos criados e recriados pela intermediação das mídias que viabilizam interação entre evangélicos e de evangélicos com outros grupos religiosos e não religiosos, interessados em discutir temas, realizar campanhas e estabelecer ações em torno das pautas políticas do País (CUNHA, 2019, p.14).

Corroborando nesse sentido, as redes sociais têm sido um dos espaços, onde os evangélicos, em papel de liderança político-religiosa, mais se aproximam de seus públicos. A partir de uma construção representativa, ainda que simbólica, o uso da mídia potencializa o fenômeno e gera engajamento digital, ou seja, um meio para auto publicização, conceito que nos debruçaremos a seguir.

2.6 Youtubers: as webcelebridades

Neste estudo, a presença do evangélico é observada no *Youtube*, um *site* de compartilhamento de vídeos, que em tradução livre, vem do inglês “*you*” que significa “você” e “*tube*”, que significa “tubo” ou “canal”, referenciando à televisão, ou seja, “televisão feita por você”, e até 2015 carregava como slogan, “*broadcast yourself*”, que significa “transmita-se”.

O *Youtube* é uma plataforma para compartilhamento de vídeos pessoais através da *Internet*, e permite o armazenamento ilimitado de material audiovisual, disponibilizando ferramentas a fim de permitir melhor agilidade na publicação dos conteúdos, bem como a possibilidade de retorno financeiro através de acessos aos vídeos postados. Isto, por sua vez, pode ser o principal estímulo para quem está na plataforma e gera conteúdos: a monetização.

A geração de receita através dos vídeos pode vir de diversas formas, seja por anúncio antes ou durante a exibição do vídeo, cliques nos anunciantes, pelo número de acessos e visualizações dos vídeos ou ainda por parcerias nos conteúdos postados. Quanto mais engajado o *Youtuber* – produtor de vídeos que foi reconhecido como profissional - estiver, com a produção de conteúdos relevantes e originais, maior o destaque dentro da plataforma, e possivelmente maior retorno financeiro.

A premissa do *like* corrobora para isso, tanto que quanto mais curtidas, comentários e seguidores o canal do *Youtube* tiver, maior o número de pessoas que ele pode alcançar, e isso reflete diretamente em rentabilidade, pois o canal poderá atingir um número maior de pessoas, e as curtidas, geralmente significando que o internauta gostou do conteúdo, reafirmam a receita de sucesso do material, canal e produto.

Como não há uma categorização evidente e definida na plataforma, que classifique diretamente os *youtubers* e nem a divulgação oficial por parte do Google, do número de canais, não há como definir um quantitativo que represente o número de evangélicos na plataforma, bem como os canais ligados a religiões.

Com uma conta de e-mail do Gmail, serviço de correio eletrônico do Google, é possível acessar todas as plataformas de mídia disponível pela empresa, mesmo que não ativas, como é o caso do *Youtube*. É fácil, porém, a criação de um canal, por exemplo, com poucos passos e sem descrição na segmentação da temática, ficando a critério do produtor de conteúdo definir o que seu canal tratará.

Neste aspecto, *youtubers* decidem qual conteúdo publicar, desde que não fira os termos de serviço e a política de privacidade da plataforma, que incluem o compromisso em não postar conteúdos pornográficos, com nudez ou sexual, prejudicial ou perigoso, incitação ao ódio explícito, violência, assédio, *bullying* virtual, spam, dados enganosos, golpes, ameaças, direitos autorais, falsidade ideológica, privacidade, e que causem insegurança infantil (YOUTUBE, 2019).

As próprias diretrizes da plataforma delimitam o tipo de conteúdo que pode ser postado, e não proíbe conteúdos religiosos, desde que haja respeito aos direitos humanos. Há, portanto, um espaço para que os evangélicos “semeiem” suas crenças no e através do *Youtube*, como um campo seguro e respaldado, que não apela à princípios que destoem do evangelho e a doutrina pregada.

De acordo com o Youtube (2019), a maioria do público na plataforma é formada por jovens de 18 a 34 anos. Está em 91 países e traduzido em 80 idiomas, além de 1,9 bilhões de usuários conectados todos os meses. A plataforma tem mais de um bilhão de horas de vídeos

assistidas diariamente, e traz, na versão brasileira, a missão de “dar a todos uma voz e revelar o mundo”.

Entre as temáticas disponíveis na plataforma estão: gastronomia, beleza, moda e estilo de vida, música, esportes, games e humor. No humor, podemos encontrar canais como o do humorista Whindersson Nunes, o canal de Felipe Neto, “Rezendeevil”, do ex-jogador de futsal Pedro Afonso, “Portal dos Fundos”, dentre outros, e no seguimento cristão, o “Canal Desconfinados” e o “Tô Solto”. Este último, nosso objeto de estudo.

Segundo dados divulgados pela Google¹⁹, os maiores canais do *Youtube*, maior repositório de vídeos na *Internet*, são os de comédia. Entre os brasileiros que mais se destacam são, segundo Estadão (2018), o canal musical Kondzilla com quase 33 milhões de inscritos, baseado em música funk, o comediante nordestino Whindersson Nunes, com mais de 28 milhões, o do comediante pop Felipe Neto, com 20 milhões, e o do humorístico Porta dos Fundos com 14 milhões de inscritos. Em sua maioria, perfis que trazem o humor como plano principal em seus conteúdos.

Os produtores desses vídeos são conhecidos por *youtubers*, que segundo Ardêvol e Márquez (2017), são jovens internautas que enviam regularmente vídeos para o *Youtube*, com um tema, por hobby pessoal, e acabam se tornando figuras da mídia que atraem a atenção de outros jovens.

Diante desse cenário segmentado de produções audiovisuais disponibilizadas no *Youtube*, a Google indaga e responde: "Mas o que torna essas pessoas tão interessantes para o público? Admiração e proximidade que, juntas, geram uma relação de identidade com o público".

Para Marinho (2017), os *youtubers* trazem elementos que os identificam, e possivelmente os aproximam de seu público:

[...] geralmente, esses criadores de conteúdo são vistos como corajosos, caras de pau e sem medo de críticas e *haters*. Também são reconhecidos como inteligentes, engraçados, carismáticos ou polêmicos. Características como originalidade, senso de humor, autenticidade e inteligência são as que mais contribuem para a construção de influência e representam 51% do “peso” do prestígio de uma celebridade (MARINHO, 2017, p.1).

Ao passo que a Google entende que o engajamento do público com os canais da plataforma de vídeo se dá a partir de uma construção do personagem, com elementos muito presentes no humor. A demanda por esse formato midiático precisa ser retroalimentada, ou

¹⁹ Maior empresa de soluções para internet do mundo.

seja, a busca por esse perfil dá a garantia de pouco mais da metade do prestígio da celebridade de *Internet* ou webcelebridade, que são “pessoas que expõem suas vidas na *Web* através da publicação de materiais pessoais e, com isso, ganham a simpatia de milhares de pessoas, chegando a conquistar um enorme número de fãs”, (PONTE et al., 2009, p.7).

A representação da construção deste personagem pode, no entanto, ser aceita ou não pelo internauta, ou pelo próprio consumidor da produção disponibilizada. A aceitabilidade pelo público, não é categorizada como regra, mas elementos consagrados no meio precisam figurar o contexto, para que se alcance reconhecimento satisfatório, a partir da *Internet*.

São milhões de pessoas engajadas nas plataformas de redes sociais digitais, logo, a dimensão e alcance do conteúdo produzido se tornam praticamente incalculáveis, levando em conta as inúmeras vezes que os vídeos, por exemplo, podem ser reproduzidos, compartilhados, repostados por outros canais e em outras plataformas.

Um dos reconhecimentos do internauta ao “trabalho” desenvolvido pelo produtor do conteúdo é disseminação do produto, a partir de seus perfis em redes sociais digitais, que alcançarão outros internautas, e seguirá em um efeito cíclico alcançando cada vez mais público, e por consequência, aumentando a visibilidade do personagem apresentado.

Dentro do ciberespaço, especificamente nas plataformas de redes sociais digitais, esses conteúdos populares acabam se tornando “virais”, atingindo alto número de reproduções e visualizações e alcançado grande número de pessoas. A mensagem contida no produto foi propagada e a imagem do personagem, fato ou situação também o acompanha. As webcelebridades nascem nesse contexto.

Um “viral” pode aparecer em vários contextos sociais, e na *Internet*, as relações dos *youtubers* com seus públicos, em nível de proximidade, serão potencializados a partir da publicização do conteúdo, e de quem responde pela produção daquele, ou seja, a fama e o reconhecimento do público serão inevitáveis.

Mas de que forma se constrói essa celebridade? Ou em função da “viralização” de um conteúdo na *Internet*, o produtor entende que há o viés econômico a ser explorado com a personagem criada, e de que forma esse retorno pode ser viável financeiramente?

Levando-se em conta que os internautas reconheceram o produto, seja pelo conteúdo ou personagem, e houve a visibilidade, e por consequência, a publicização, há então, um “nó” que pode ser visto como algo comercial e fonte de recursos, a fim de ganhos financeiros.

2.7 Publicização no Youtube

Para Casaqui (2009, p.129), o conceito de publicização nasce diante dos novos formatos e plataformas, onde “as mercadorias, as marcas e as instituições tornam-se públicas, são comunicadas, são postas em cena para o consumo simbólico”, ou seja, ressignificada e mais abrangente do que outrora da publicidade como “mensagem de fundo comercial” restrita às mídias tradicionais.

A partir desse mesmo olhar, pode-se perceber que a publicização abrange “as mutações das estratégias que envolvem a comunicação persuasiva de corporações, marcas e mercadorias”, conforme aponta Casaqui (2011). É largo e perfeitamente aplicável à proposta da perspectiva ecossistêmica.

A velha publicidade se transmuta em publicização e assimila o consumidor em sua trama para propor novos significados para as relações entre produtores e consumidores — muitas vezes, embaralhando os papéis para construir o sentido da legitimidade, da identidade com seu “público-alvo”, para, enfim, mergulhar no espírito do seu tempo e emergir como fantasmagoria cada vez mais complexa, mais instigante (CASAQUI, 2011, p. 148).

Essa nova significação passa por processos mais complexos, ou seja, na publicização, elementos *como transmedia storytelling, buzz marketing, mobile marketing e marketing* de guerrilha, por exemplo, contemplam o cenário, produzindo e dando sentido ao campo de estudo.

No *Youtube*, a publicidade está inserida em vários momentos e pontos das telas, mas no âmbito do vídeo, antes de começar, comumente em contas gratuitas, já entra um anúncio, que dá a opção do internauta pular, quase sempre após os cinco segundos iniciais de vídeo, e deixar de ver aquele anúncio. Em um segundo momento, mesmo “pulando” esse primeiro, um novo anúncio é exibido, e, possivelmente durante o vídeo, em alguns momentos o conteúdo é interrompido para exibição de mais publicidade. Além, dos anúncios que completam o conteúdo do vídeo.

Para França (2006), diante de uma nova forma e contexto de publicizar, o público [internauta] se envolve e responde à publicidade de outra forma:

O ato de publicizar (disponibilizar informações, imagens, narrativas) atualiza um sistema de regras de seleção, de modos de participação: o público se constitui como paciente — que sofre, experimenta, é afetado — e agente — que reage, seleciona, adota um comportamento. Ele faz parte do processo, embora de maneira diferente daqueles que criam as representações (produtores), porque seu lugar e sua perspectiva são outros. Ambos são igualmente importantes no processo — e é a

partir da relação de pertencimento na ação estabelecida em conjunto que produtores e públicos devem ser pensados (FRANÇA, 2006, p. 82).

Nesse momento, a participação do internauta no controle do conteúdo publicitário se sobressaltada, e o deixa, ao mesmo tempo, o internauta, ser paciente e agente nesse processo. Com isso, o *Youtube* constrói sua plataforma, a fim de favorecimento de publicidade, com as quais há um ganho partilhado com anúncios.

Para Ardèvol e Márquez (2017, p.80, tradução nossa), o *Youtube* “se torna mais uma plataforma de publicidade que coopera com a mídia tradicional e reproduz suas lógicas e aspirações, afetando os próprios *youtubers*”, que, em muitos casos, “acabam sendo absorvidos pela indústria da publicidade e enquadrados no sistema tradicional de celebridade da mídia produzido, gerenciado e controlado pela mídia de massa”.

Desta forma, trazer o evangélico para a *Internet*, a partir da produção de conteúdos em vídeo, que revelam a representação do mesmo diante das circunstâncias sociais do cotidiano, pode ser parte do processo que crie a relação de pertencimento, conforme apresentado por França (2006).

Neste sentido, o público se envolve e reage ao conteúdo proposto pelo *youtuber*, e essa inter-relação se completa pelo engajamento e co-participação na resposta ao discurso apresentado, ou seja, pela experiência, que se amplia em percepção, e se propõe a um olhar mais reflexivo de pertencimento, denotando a publicização.

Segundo Burgess e Green (2009), o *Youtube* não está no negócio de produção de vídeos, ele é uma plataforma “conveniente e funcional para o compartilhamento de vídeos online”, ou seja, o usuário que o alimenta a fim de trazer mais internautas e aumentar a audiência. A lógica comercial da plataforma é construída a partir dessa dinâmica.

As práticas comerciais do *Youtube* têm se mostrado particularmente controversas, tanto em relação aos velhos meios de comunicação como junto a alguns dos membros mais ativos de sua rede social [...]. Na verdade, várias formas de valores culturais, sociais e econômicos são produzidos coletivamente *en masse* pelos usuários, por meio de suas atividades de consumo, avaliação e empreendedorismo. A cocriação do Consumidor [...] é fundamental para avaliar o valor do *Youtube*, assim como sua influência contestadora sobre os modelos de negócio vigentes dos meios de comunicação. Avaliado sob essa ótica, podemos começar a refletir sobre a importância do *Youtube* em termos culturais. Para o *Youtube*, a cultura participativa não é somente um artifício ou um adereço secundário; é, sem dúvida, seu principal negócio (BURGESS E GREEN, 2009, p.2).

A relação, construída a partir da cultura participativa, pode ser observada nos enunciados dos vídeos nos canais que mais se destacam na plataforma, que trazem consigo o

discurso do “joinha” ou “deixe seu like”, ou seja, o momento em que o internauta é convidado a curtir aquela produção e se inscrever no canal.

Essa busca por audiência ou popularidade não está dissociada da intenção mercadológica de atingir mais pessoas, e rentabilizar seu canal. Ainda que não fique explícito esse interesse, é um artifício da publicização.

À luz da relação comercial, não há, segundo Burgess e Green (2009), um modelo de negócios bem definido, mas uma convergência entre cultura popular comercial e a participação comunitária, em que no *Youtube* há a oferta de acesso à cultura e da mesma plataforma, os internautas possam atuar como produtores de conteúdos, ou seja, um modelo híbrido de envolvimento baseado na produção amadora e no consumo criativo.

Neste sentido, a cultura participativa incentiva o papel de um indivíduo que interage, se engaja e traz de si para a plataforma. Essa “convergência ocorre dentro do cérebro de consumidores individuais e em suas interações sociais com os outros”, conforme ressalta Jenkins (2008, p.30).

Portanto, essa construção coletiva converge em novas estratégias para se alcançar público, onde o “consumo simbólico da marca é baseado no imaginário de que o consumidor/coprodutor é o protagonista, o fator determinante para os caminhos a serem tomados pela produção”, corrobora Casaqui (2011, p.148).

Essa relação entre o *youtuber*, a partir de uma lógica comercial, observando a publicização, será mais bem discutida no capítulo seguinte, onde será construída a análise a partir do objeto de estudo desta pesquisa.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 Aproximação com o tema

O ponto de início para a construção dessa dissertação nasce na graduação em Comunicação Social, quando o autor se propôs estudar a presença dos evangélicos na televisão. Um Trabalho de Conclusão de Curso, bem como artigos diversos e projetos experimentais permitiram a abertura de um olhar mais específico a esse movimento. Nessa fase, o foco não saiu da presença dos evangélicos nos meios de comunicação, no entanto, o veículo em estudo é a *Internet*.

Para esta pesquisa, o percurso teórico e bibliográfico levantado, vai além da bagagem cultural adquirida ao longo da formação acadêmica inicial do autor e perpassa pelas disciplinas ofertadas pelo Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação (PGCCOM), da Universidade Federal do Amazonas (UFAM).

Durante o curso, fora apresentada a construção de uma percepção científica referenciada principalmente na Teoria Geral dos Sistemas de Bertalanffy (1977), na teoria da Complexidade de Morin (1977, 2001, 2002, 2005) e na Ecologia Profunda de Capra (1996). Além de outros teóricos que, com suas obras, se somam à elucidação da perspectiva de Ecossistemas Comunicacionais.

A escolha do objeto de estudo, em questão, dependendo de onde e de quem o percebe, para o papel de sujeito, foi motivada pela exponencial atividade de produção de conteúdos evangélicos para e na *Internet*, como outrora apresentado por Jungblut (2010) e percebido pelos autores como um fenômeno que precisava ser mais estudado cientificamente, e assim o fazemos.

Do volume de leituras, a partir de obras que pudessem nortear a pesquisa, buscou-se priorizar discussões com autores contemporâneos, mas se sustentar, sempre que possível, nos autores clássicos, fazendo um recorte epistemológico para o campo desafiador de estudo em mídia e religião.

Esta pesquisa científica não se limita apenas a uma percepção, mas a propositura de um olhar que busca ecossistemicamente perceber e compreender um objeto, ora no papel de objeto, ora de sujeito, de forma a desafiar novos olhares e perspectivas complexas em torno dos fenômenos que se revelam neste estudo.

3.2 Delineamento da Pesquisa

Trata-se de um Estudo de Caso, em que a pesquisa se desenvolve com o objetivo de explicar, explorar e descrever detalhadamente, os fenômenos inseridos no contexto do objeto, onde há o delineamento da pesquisa na preparação, coleta e análise dos dados. Portanto, pesquisa de natureza exploratória descritiva, na qual pretende-se investigar os fenômenos com maior compreensão e profundidade, conforme propõe Severino (2010).

Nesse caso, a pesquisa é explicativa com abordagem qualitativa, pois considera as características a partir dos fenômenos que se apresentam, na qual se faz uma análise referenciada na perspectiva ecossistêmica, que versa sobre a representação do evangélico pentecostal, a partir da construção do personagem pastor Jacinto Manto, pelo Canal do *Youtube* “Tô Solto”, criado em 2016 e interpretado pelo humorista Vini Rodrigues.

O aporte metodológico do fenômeno em análise é a netnografia, que, segundo Kozinets (2014) afirma, é uma “pesquisa observacional participante, baseada em trabalho de campo online”, e que usa a “comunicação mediada por computador como fonte de dados para chegar à compreensão etnográfica de um fenômeno cultural”, ou seja, há um deslocamento etnográfico da pesquisa, neste caso, para o ciberespaço.

Corroborando ao que Tafarelo (2013, p.4) complementa ser “como um objeto de pesquisa, um local de pesquisa e ainda um instrumento de pesquisa. Assim é a multiplicidade e pluralidade da *Internet*”.

Ao se optar por desenvolver a pesquisa pautada pela netnografia, pensou-se na importância e amplitude do que se pretendia captar a partir dos fenômenos comunicacionais dos elementos em análise. Para Fragoso, Recuero e Amaral (2011), esse tipo de pesquisa,

[...] enriquece as vertentes do enfoque de inovação e melhoramento social que promovem os métodos ativos e participativos dentro do espectro do qualitativo (metodologia e prática social), integrando-se ao que a *Internet* tem provocado em nosso cotidiano, transformações importantes nas maneiras como vivemos. (FRAGOSO et al., 2011).

Dada as transformações sociais que a *Internet* tem provocado, atentamo-nos em construir um percurso netnográfico para o desenvolvimento da pesquisa, que se complementa diante da integração com os Ecossistemas Comunicacionais, como um campo de estudo emergente

Pois, de acordo com Monteiro (2012), é onde os processos comunicativos são entendimentos a partir da complexidade envolvida entre os sistemas, logo, as relações que se

constroem, mesmo que de diferentes instâncias, estão em um mesmo enunciado cultural, ou seja, os nós, a partir das redes postas entre os fenômenos, objetos e os meios tecnológico e midiático.

3.3 Objeto da Pesquisa: Canal “Tô Solto”

Para essa dissertação, os esforços concentraram-se em torno da análise de vídeos do canal do *Youtube* “Tô Solto” postados em 2017. Vini Rodrigues é evangélico e faz parte de uma igreja Evangélica Assembleia de Deus, em São Paulo. Trabalha como *youtuber* e é humorista.

Segundo Moreira (2017), Vini Rodrigues é um ex-usuário de drogas que se apaixonou, durante aulas em um curso de inglês, por uma garota evangélica, e começou a frequentar a igreja, mas esse relacionamento não deu certo, e lhe ocasionando um processo de depressão. Vini, inspirado por outros cristãos que tinham criado canais no *Youtube*, resolveu também fazer o seu, o “Tô Solto”, “o nome evidencia o propósito: falar de fé sem barreiras”.

Ainda, segundo o autor, Vini, em seu canal, faz paródias gospel, piadas e adaptações de todo tipo de conteúdo profano, fora da cena gospel. “Também fala de assuntos comuns à juventude evangélica, da galera que ‘escolheu esperar’ o casamento para fazer sexo, com seus dramas e conflitos”.

No Canal, Vini interpreta o pastor pentecostal Jacinto Manto, “descontraído que conquistou uma multidão de seguidores pelo seu jeito bem-humorado e engraçado de passar sua mensagem diretamente ligada ao cotidiano de jovens cristãos” (RODRIGUES, 2017a).

Moreira (2007) descreve o personagem Jacinto Manto como uma “espécie de alegoria de cristãos fervorosos, cheios de manias e trejeitos, e que não sai de casa sem seu ‘manto’, um lenço branco ungido que simboliza a proximidade com o Espírito Santo”.

Com o conteúdo dos vídeos baseado no apelo à caracterização de um pastor pentecostal, a análise desse material foi em busca da representação do evangélico na *Internet*, a partir de um olhar ecossistêmico, que nos permite perceber estratégias como a autopromoção e publicização da marca, do conceito, da forma e da idéia religiosa que se deseja propagar.

Figura 3 – Canal “Tô Solto” do Youtube. Página Inicial

Fonte: Canal “Tô Solto” (2019).²⁰

Na descrição do canal, Vini Rodrigues ressalta um ponto controverso da construção do sagrado: o riso.

Oi! Sou Vini Rodrigues, e esse canal pertence a mim, um cristão que acredita que rir não é pecado e que gosta de fazer outros rirem também. Se você não pensa assim, não assista. Sério! Não assista. Canal expressamente proibido para religiosos e cristãos cheios frescura e mimimis. Caso contrario, seja muito bem-vindo e divirta-se. Esse canal é para você! (TÔ SOLTO, 2019).

Nesse sentido, há uma clara preocupação do humorista em desconstruir o riso como sendo pecado, e enfatiza o apego à religiosidade como “frescura e mimimis”, ou seja, orienta o olhar do internauta de que o Canal dialoga, a partir de princípios e dogmas religiosos, com pessoas que assim como ele, acreditam que “rir não é pecado”.

São mais de oitenta vídeos postados no Canal “Tô Solto” até novembro de 2019, e em sua maioria, há o retrato do pastor pentecostal Jacinto Manto, em alguma situação do cotidiano evangélico.

Segundo Rodrigues (2017a), o personagem é um “pastor fervoroso, descontraído, atrapalhado, mas convicto da sua fé em Jesus Cristo [...]. Ele conta com muito humor sobre o inigualável cotidiano de um crente pentecostal”.

²⁰ Disponível em <https://www.youtube.com/channel/UCeZsuxGiMPtHj7UAmx9DuEQ> Acesso em: 07 nov. 2019

A narrativa dos vídeos “sintetizam um conflito constante na vida dos jovens evangélicos e embates com os setores mais conservadores da igreja”, e como o personagem se comporta em cada uma delas, dialogando na dicotomia do certo – errado, verdadeiro – falso, igreja – mundo. Por “brincar” com o meio da qual vive, o humorista precisou mudar de igreja e atualmente é membro da Assembleia de Deus Vitória em Cristo, liderada por Silas Malafaia.

Para Cunha (2012), a figura do pastor, principalmente para igrejas pentecostais vai além de um líder, “pastores são formadores de opinião na cultura evangélica e assumem este papel, boa parte das vezes, não para orientar, mas para ‘ditar’ comportamentos a partir dos seus valores, com base na lógica ‘ouvir o pastor é ouvir a voz de Deus’”. Neste sentido, há uma assimilação por parte dos fiéis de que a figura do pastor é a representação de Deus.

A representação do personagem, como um pastor pentecostal bem humorado vivendo situações do cotidiano social, com o objetivo de alcançar o maior número possível de pessoas, pode, por vezes, desencadear uma série de contrapartidas com os comentários de internautas, entre eles, as críticas, os convites, o impulso para que haja continuidade ou ainda a repulsa ao conteúdo.

3.3.1 A coleta de dados

Os dados foram coletados entre os meses de julho e novembro de 2019. A partir de um universo de oitenta e três vídeos publicados no Canal, selecionou-se a amostra. Como critérios de inclusão a pesquisa delimitou-se em análise vídeos postados no ano de 2017 e que expressam o pastor em atividades cotidianas. Os vídeos de paródias musicais foram descartados.

Destaca-se que os critérios de inclusão também se basearam na construção identitária pentecostal. Em alguns vídeos, entre os quais analisamos, são mais evidentes os aspectos conservadores do discurso religioso, em outros, há fluidez nos esquetes e se apresentam mais liberais, no sentido de diálogo e interação social com elementos do cotidiano.

Por fim, efetivamente, nove vídeos correspondem à amostra, de acordo com os critérios estabelecidos. Nesse sentido, houve, portanto, o cuidado de recorte para dimensionar a pesquisa em uma amostra que pudesse sintetizar a proposta de representação do pastor pentecostal, no estudo.

Quadro 3 – Vídeos selecionados para análise - Canal “Tô Solto” em 2017

| | Nome do vídeo | Visualizações* | Data de Postagem |
|---|---|----------------|------------------|
| 1 | CURSO PRA DESVIADO – Pr. Jacinto Manto | 3.177.590 | 22 fev. 17 |
| 2 | ORAÇÃO FORTE PRA NAMORAR – Pr. Jacinto Manto | 1.850.613 | 24 mar. 17 |
| 3 | UBER PENTECOSTAL – Pr. Jacinto Manto | 7.696.537 | 5 mai. 17 |
| 4 | PENTECOSTAL JOGANDO VÍDEO GAME – Pr. Jacinto Manto | 2.670.170 | 3 ago. 17 |
| 5 | PENTECOSTAL NO SITE DE RELACIONAMENTO – Pr. Jacinto Manto | 2.268.245 | 24 ago.17 |
| 6 | PLAYLIST GOSPEL DA MINHA VIDA AMOROSA – Pr. Jacinto Manto | 402.128 | 26 ago.17 |
| 7 | REAGINDO AOS PENTECOSTAIS – “Tô Solto” | 614.708 | 2 set. 17 |
| 8 | GPS PENTECOSTAL feat. El GATO – Pr. Jacinto Manto | 5.521.262 | 29 set.17 |
| 9 | PENTECOSTAL NO CROSSFIT – Pr. Jacinto Manto | 1.720.778 | 13 out.17 |

*Visualizações até 7 de novembro de 2019

Fonte: O autor (2019).

Além dos vídeos, foram coletados comentários equivalentes a cada uma das postagens de conteúdo. Pelo fato de o *Youtube* disponibilizar os comentários de forma randômica a cada vez que são acessados, na coleta priorizamos os que apresentavam mais engajamentos, como curtidas, linhas de conversas e interação com o autor do canal.

3.3.2 Condução da análise

Conforme dito, a netnografia como método norteia a pesquisa a partir da análise descritiva e explicativa, identificando os processos comunicacionais que deixo em evidência como se configura a representação do pastor evangélico na *Internet*, dada a possibilidade de “mapeamento dos perfis de consumo (...) e suas práticas comunicacionais nas plataformas sociais”, segundo Amaral (2007).

A identificação de estratégias que envolvem a comunicação persuasiva de corporações, marcas e mercadorias, elementos que o conceito de publicização defendido por Casaqui (2011) carrega, além da compreensão do estereótipo e da reflexão, a partir de comentários postados por internautas nos vídeos do canal “Tô Solto”, com as interações e conversas geradas, nos direcionaram a um olhar onde há um diálogo significativo diante do recorte ecossistêmico.

Foram referenciados os comentários mais relevantes, que o sistema de interação do *Youtube* disponibiliza, para cada um dos vídeos, pois o retorno à proposta do criador do canal

“Tô Solto” se dá prioritariamente de três formas: por meio do botão de curtir, da possibilidade do internauta de comentar os vídeos e do compartilhamento em outras plataformas digitais.

Os retornos de audiência a partir dos comentários foram selecionados com foco nos processos comunicacionais dimensionados da relação entre Vini Rodrigues, os vídeos postados e os comentários publicados por internautas.

Para Monteiro (2016), “tanto os vídeos (...) quanto os comentários fazem parte de processos comunicacionais e sociais que ocorrem dentro e fora do *Youtube*”, neste caso, se difunde a lógica de ver os vídeos, de divulgação e promoção de consumo.

Quanto aos comentários, é necessário observar que não há padrão da norma culta para a escrita da língua portuguesa e é recorrente o uso de gírias e de palavras vulgares. O lugar de fala de quem interage não precisa ser o real, mas ter um perfil criado apenas para esse fim é comum nesta rede. São internautas que dialogam a partir de nomes fictícios.

Não é possível verificar os perfis que fazem isso, no entanto, houve o cuidado e a preocupação de coletar comentários que pudessem revelar o máximo do perfil de quem o fez, ainda que usasse nome fictício. O que não limita o esforço da análise, mas o amplia às múltiplas vozes que por ali se reverberam.

A contextualização desses fenômenos, advindo dos processos comunicacionais observados ao longo da coleta de dados, é conduzida sob a perspectiva dos ecossistemas comunicacionais. Para tanto, são identificados, apresentados e compreendidos a partir das interações sociais, elementos e características também da publicização, e que revelaram a complexidade dos elementos que permeiam o objeto de estudo.

3.3.3 Objetivos

A dissertação desenvolvida sob uma análise descritiva, a partir de vídeos postados em 2017 no Canal “Tô Solto” do *Youtube*, do humorista Vini Rodrigues, que constrói um personagem que representa um pastor evangélico pentecostal e de onde são produzidos esquetes baseadas em suas atitudes no cotidiano social e publicados na *Internet*. O olhar para o objeto parte da perspectiva dos ecossistemas comunicacionais.

O cerne da pesquisa desdobra-se na identificação das estratégias de publicização de Vini Rodrigues contidas nos vídeos do Canal “Tô Solto” do *Youtube*; na compreensão do estereótipo de um pastor pentecostal, a partir do personagem Jacinto Manto, contido nos vídeos do Canal; e, do entendimento, sob o olhar dos ecossistemas comunicacionais, da

representação do evangélico pentecostal mediante os comentários postados por internautas nos vídeos em análise.

3.3.4 Levantamento de dados

Com a amostra definida para o desenvolvimento do estudo, cada um dos nove vídeos passou pelo detalhamento do conteúdo, produção e análise descritiva. Traçou-se um panorama dos elementos representativos do cotidiano pentecostal, identificando fenômenos no objeto proposto, a fim de cumprir os objetivos da pesquisa, elencando:

- Nome original do vídeo disponibilizado no *Youtube*;
- Duração do vídeo;
- Descrição de conteúdo do vídeo;
- Percepções técnicas dos autores a cerca da gravação e roteiro;
- Observações e análises do vídeo.

A distribuição dos tópicos elencados foi realizada por meio de quadros, onde as descrições foram inseridas, bem como, a composição de elementos técnicos, narrativos e do discurso identitário nos enunciados, nos posicionamentos e nos gestuais característicos do meio pentecostal.

Diante da análise e do levantamento de dados nos vídeos, verificou-se os fenômenos do objeto desencadeados na construção midiática complexa do que é ser pentecostal e como está representado nos vídeos. Morin (2001) define que:

Há complexidade quando elementos diferentes são inseparáveis constitutivos do todo (como o econômico, o político, o sociológico, o psicológico, o afetivo, o mitológico), e há um tecido interdependente, interativo e retroativo entre o objeto de conhecimento e seu contexto, as partes e o todo, o todo e as partes, as partes entre si. Por isso a complexidade é a união entre a unidade e a multiplicidade (MORIN, 2001, p. 38-39).

Nesse sentido, a inquietação dos pesquisadores se propôs buscar entender a relação entre a mídia e evangélicos, especificamente sobre o uso da *Internet* por produtores de conteúdos humorísticos com sátiras e paródias vivenciadas no contexto social evangélico, e que, o exploraram-no de forma cômica na rede.

Nota-se o impacto desse fenômeno na construção ou desconstrução do perfil conservador de um líder pentecostal, quando sai do seu local habitual de fala (os templos de igrejas), e se lança no ciberespaço.

O estudo corrobora neste sentido, com a compreensão das interconexões criadas, além dos processos comunicacionais evidenciados na representação do pastor pentecostal supervalorizando a figura do evangélico no contexto social, e de que forma está sendo estabelecida por internautas fiéis ou não.

4 TECITURA DA PESQUISA

Neste capítulo, são apresentadas as análises e as interpretações ecossistêmicas evidenciadas ao longo da pesquisa, bem como, as reflexões a cerca da representação do pastor pentecostal na *Internet* e para além dela.

Para organização e facilitação da análise, os nove vídeos foram categorizados com numeração de 1 a 9 e denominados de Vídeo 1, Vídeo 2, Vídeo 3, sucessivamente. Foram construídos quadros para apresentação das descrições e análise, e todos com informações complementares introdutórias para direcionar ao conteúdo do objeto. A seguir, um glossário dos termos populares evangélicos para ajudar na compreensão.

Figura 4 – Glossário Popular Evangélico

| | | | |
|---|---|---|---|
| <p>ÁRVORE QUE NÃO DÁ FRUTO Pessoas que tomam decisões ruins e, consequentemente, fazem coisas ruins: “Pelo fruto conhecereis a árvore”</p> | <p>VÁ SE CONVERTER Quase um “palavrão” no meio evangélico, tem o mesmo significado que o mundano “vá ver se eu estou na esquina”</p> | <p>DESENROLAR O MANTO É quando o pastor esclarece um ponto da doutrina de difícil compreensão. Também significa que algum mistério será revelado</p> | <p>FILISTEU Povo inimigo da Israel bíblica, no culto significa ‘coisa ruim’. Mas amigos podem se chamar assim, em tom de brincadeira</p> |
| <p>É FORTE Durante a pregação, quer dizer que o ensinamento é profundo. Fora da igreja, tem significado similar a “tomara”</p> | <p>CANELA DE FOGO Fiéis que gritam intensamente e abusam de expressões como “glória a Deus” e “aleluia” durante o culto</p> | <p>MANTO É o momento no qual o fiel entende a palavra divina, com ele louvando e cantando inspirado pelo Espírito Santo</p> | <p>LAÇO Parece uma situação boa, mas na realidade é ruim. Tipo de problema que uma pessoa dificilmente resolve sozinha</p> |
| <p>TERRA! Quando gritado por pastor e congregação no culto tem o mesmo significado que “glória a Deus” e “Aleluia”</p> | <p>FOGO PURO Significa poder, unção, algo bom que aconteceu graças a fé. Ex: “Esse novo emprego é fogo puro. É uma bênção.”</p> | <p>SÓ DEUS NA CAUSA Usado para retratar uma situação muito complexa e que, aparentemente, não tem solução</p> | <p>TÁ AMARRADO É usado como reação a algo ruim, uma maneira de afastar pensamentos negativos evocando a Deus</p> |
| <p>TERRA SECA Ofensa das mais pesadas. Se um irmão usa essa expressão num diálogo, está chamando o outro de “inútil”</p> | <p>ÍMPIO Para os fiéis, é aquele que, além de ateu, quer que todos sejam ateus. Fora do culto, tem uso similar ao de “filisteu”</p> | <p>DESVIADO É aquele que deixou a igreja ou, já no contexto mundano, que diz ou faz algo que pode ser mal interpretado</p> | <p>VARÃO E VAROA Na Bíblia, significam “homem” e “mulher”, respectivamente. O adendo evangélico ressalta a força da fé da pessoa</p> |
| <p>É TREMENDO Algo incrível, muito bom, divino</p> | <p>PAZ DO SENHOR Uma maneira de dizer “olá” a um irmão</p> | | |

Fonte: Adaptado de MOREIRA (2017).

4.1 Vídeo 1 – Curso pra desviado

O Vídeo 1 foi postado no dia 22 de fevereiro de 2017, e tem como cenário, cômodos da uma casa. Neste vídeo, o humorista propõe uma discussão a cerca da realidade evangélica baseada na relação convertido – desviado, seguidor de Cristo ou seguidor do Demônio, crente ou descrente.

Quadro 4 – Análise do Vídeo 1

| | |
|---|--|
| Vídeo 1 | CURSO PRA DESVIADO - Pr. Jacinto Manto Tô Solto |
| Duração do vídeo | 7 minutos e 54 segundos |
| Descrição do vídeo | O Vídeo 1 apresenta o pastor Jacinto Manto tentando desligar-se da igreja evangélica, e com isso, realizando ações que não compatíveis com um pentecostal, o qual ele representa. |
| Percepções da gravação e roteiro | <p>Qualidade técnica: O vídeo não apresenta muitos recursos técnicos, nota-se o uso de apenas uma câmera, que pode ser de um smartphone e captação de áudio ambiente. Na captação das imagens, há várias tomadas de cenas. A gravação é em Alta Definição (HD), e a edição utiliza imagens em primeiro plano e plano geral. Há músicas de fundo, que ora é mais melódica, lembrando como é feito durante as reuniões em igrejas evangélicas, e que alterna para músicas de fundo animadas e com humor, conforme a situação em que o pastor se encontra.</p> <p>Narrativa: O Vídeo começa com o personagem pastor Jacinto Manto de terno, gravata, uma toalhinha na mão e uma Bíblia Sagrada voltando para casa e falando em voz alta com Deus. Questionando-o, de forma incisiva, quanto à falta de união entre os irmãos da igreja, a qual pertence. O cenário se concentra prioritariamente na sala da casa, um local simples com o pastor em um sofá, de onde tece críticas, durante as falas, afirmando que se preocupa em evangelizar jovens e levá-los para igreja, no entanto, os demais evangélicos não estão dando amor e cuidando dos novos convertidos. Jacinto reclama do preço das coxinhas na cantina e fala sobre o momento em que “gira no manto”, fazendo alusão à manifestação sobrenatural do Espírito Santo, e que, sem perceber, acaba acertando “um tapa” em outra pessoa da igreja, que ele enfatiza ser a irmã que não prestava atenção no culto e que mereceu. Conclui que vai criar uma nova religião, chamada de “Cristo em Casa”, e diz que não vai mais à igreja, estando desviado – para os evangélicos esse ato é momento em que o indivíduo abandona a doutrina da igreja e pratica coisas que possam ferir a moral e os costumes conservadores do evangelho de forma pública. Como prática de alguém que não segue mais as doutrinas da igreja, o pastor busca elementos que o qualifique como desviado, e para isso simula tomar cerveja, por exemplo. Encontrando dificuldades para “se desviar”, o pastor pede ajuda a um primo seu, desviado, da qual o chama de “Treva”. Esse, com estilo de roupas mais escuras, boné e fala como ênfase em gírias, dá as orientações práticas de como se desviar ao pastor Jacinto. “Falar como malando”, ser “vida louca”, “arrumar mulheres”, “fazer tatuagem”, “uso de maconha”, e em todas as propostas, o pastor dá respostas contraditórias, referenciando às doutrinas religiosas. Após o diálogo, o primo “Treva”, impaciente, decide ir embora, e por um momento, ele passa a refletir sobre suas atitudes, e pergunta sobre o horário do próximo culto ao pastor. Com um corte de imagem preta e uma risada ao</p> |

| | |
|--|--|
| | fundo, acaba a história. A próxima cena é assumida pelo criador do personagem, e olhando diretamente para a câmera com tom de voz natural, o humorista pede desculpas caso tenha ofendido alguém, e pede para que os internautas se inscrevam em seu canal, curtam o vídeo, e o sigam nas redes sociais. Ao fim, apresenta o personagem “primo” e o agradece pela participação no vídeo. |
|--|--|

Fonte: O autor (2019).

4.1.1 Observações e análises do Vídeo 1

Há no Vídeo 1, o diálogo aberto entre o personagem e seu Deus. As frases e gírias utilizadas pelo pastor são referências bíblicas e situações do cotidiano evangélico, como “Oh, glória!”, “Misericórdia!”, “Dá lugar”, “Paz do Senhor!” e “Querido”.

Durante o vídeo, há a cena em que o pastor pega uma lata de cerveja, não mostra a marca, no entanto, faz uma foto com a cerveja na mão e na fala, para uma possível legenda, ele enfatiza dizendo, “vou pro inferno, mas vou redondo”, e aqui a estratégia da publicização fica marcada, como referência à cerveja Skol, que utiliza em seu slogan, a frase “desce redondo”. Assim, o *Youtube* não recebe pela propaganda, pois está inserida no conteúdo do vídeo, que é responsabilidade do perfil e conta vinculada à plataforma.

Dos preceitos evangélicos, a embriaguez é um dos questionáveis, e a cerveja é tida como vício que leva ao pecado, que desagrada e que distancia de deus. Nesse sentido, a referência à bebida, feita pelo pastor, reafirma essa dualidade, mas ainda assim, a ideia comercial da marca da cerveja está imbricada no contexto social do evangélico.

A leitura interpretativa do slogan atende a um “pano de fundo”, em que o caráter comercial da publicização está vinculado ao discurso do pastor naquele momento, que o dissemina “em níveis de interlocução e contratos comunicacionais de outro plano”, conforme salienta Casaqui (2011).

O objetivo inicial do pastor não é vender a cerveja, mas acaba vendendo a marca, quando se insinua através do slogan, assim, sem que seja necessária uma ação mais direta, toma para si o papel disseminador do produto entre o seu público.

Sob um olhar identitário, podemos recorrer a Hall (2011), quando apresenta o conceito de identidade para o sujeito pós-moderno, quando “dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções”, ou seja, deslocando nossas identificações “por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis”.

No papel de internauta e consumidor do conteúdo, de imediato pode-se considerar que o pastor Jacinto passou por um processo de conversão, ou seja, ela fazia o consumo

daquela cerveja quando “era do mundo”, por isso a referência, ou ainda por uma questão de oportunidade de não estar dissociado socialmente e assistir a televisão, em que, comerciais da marca e produtos são feitos a todo instante.

Vale também ponderar sobre a presença da cerveja em sua casa, sendo um evangélico e fugindo dessas “armadilhas” que possam o levar a pecar, ter uma lata na geladeira é outro ponto de observação, como por exemplo, outros moradores da casa, que não são evangélicos e consomem o produto, e independente do seu papel de pastor pentecostal, convive socialmente com eles.

Figura 5 – Curso para desviado



Fonte: Canal “Tô Solto” (2017).²¹

Das interações com os internautas, mediadas pelos comentários que podem ser feitos por pelo internauta, desde que tenha uma conta do Google vinculada à plataforma do *Youtube*, pode-se notar como a mensagem chega ao internauta, que é também um consumidor do conteúdo, e de que forma ele reage.

O primeiro e principal comentário, randomizado pelo *Youtube*, traz a seguinte afirmação:

Eu sai da igreja, mas mesmo assim eu continuei orando e lendo a biblia. Nunca gostei de carnaval ou essas festas do mundo,nunca bebi,fumei ou fiz essas coisas. MAS EU VOLTEI PRA IGREJA RECENTEMENTE. Obrigado Vini vc me fez querer voltar, que Deus te abençoe. [sic]²²

E como resposta, o próprio humorista escreve:

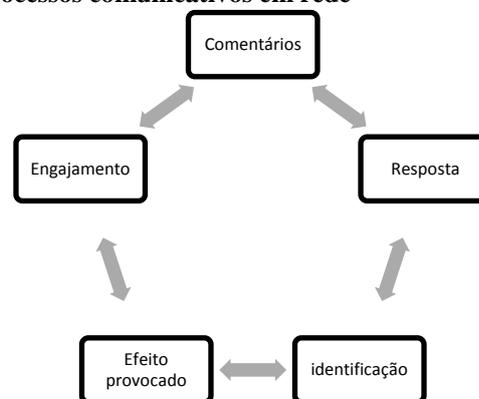
²¹ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=OO2nQCydMK0&t=257s>.

²² Comentário de Davi Oliveira Blog, <https://www.youtube.com/channel/UCMTyiy-MkdPfc0LnT44qJSg>

Poxa, cara! Fico felizão demais em ter contribuído de certa forma. Que Deus te abençoe! Agora gira no manto e da-lhe tapassurianda na cara do cãooo kkKK. tmj, Davi.[sic]²³

O uso de gírias e referências a elementos evangélicos completam o enunciado que é codificado pelo humorista e decodificado por quem conhece o universo pentecostal. Neste sentido, a “conversa” é construída pelas relações em rede, conforme os processos comunicativos descritos no Quadro 5:

Quadro 5 – Processos comunicativos em rede



Fonte: O autor (2019).

Essa rede, não necessariamente nessa ordem, mas de certa forma, ultrapassa o espaço virtual, gera efeito no real e retorna ao virtual. Nesse momento, os fenômenos comunicacionais produziram diretamente, em um contexto mais amplo e complexo, novas redes e processos comunicativos, que geraram algo que, dentro do cenário evangélico pentecostal, é positivo, ou seja, a conversão ou o processo inverso ao pretendido no vídeo, que era de se desviar.

A compreensão da mensagem se revela, segundo Martino (2016, p.197), neste caso, pela mediação, por meio das “condições de construção de sentido às quais o receptor está vinculado”.

Há, portanto, o relato ou testemunho de um internauta, que decodificou a mensagem do vídeo, gerou mudança e compartilhou em comentário sobre o impacto que provocou em si. Observaremos melhor esse efeito mediado em análises de outros vídeos.

²³ Comentário de Tô Solto, <https://www.youtube.com/channel/UCeZsuxGiMPtHj7UAmx9DuEQ>

4.2 Vídeo 2 – Oração forte para namorar

O Vídeo 2 foi postado em 24 de março de 2017 e traz, conforme demonstra o Quadro 6, elementos que confirmam o lugar de fala de Jacinto Manto, como pastor pentecostal. Há a presença do azeite, de oração com imposição de mãos, entonação da voz e profecias durante um aconselhamento com uma “irmã” da igreja, a fim de que ela possa encontrar um “varão”.

Quadro 6 – Análise do Vídeo 2

| | |
|---|---|
| Vídeo 2 | ORAÇÃO FORTE PARA NAMORAR - Pr. Jacinto Manto Tô Solto |
| Duração do vídeo | 6 minutos e 48 segundos |
| Descrição do vídeo | Baseado na “unção do desencalhamento”, o enredo do vídeo é em torno de um aconselhamento pastoral feito por Jacinto Manto, a uma mulher que deseja encontrar um namorado para poder casar. |
| Percepções da gravação e roteiro | <p>Qualidade técnica: O vídeo apresenta certa qualidade técnica em captação de imagem e áudio, além de ter sido gravado com cenário bem disposto e claro. Há cortes de câmeras com imagens fechadas, <i>closets</i>, ambos bem definidos. Fica explícito que é um vídeo que vai além da qualidade oferecida nos demais. No final é creditada à captação e edição da Hiperativos Produções. É, portanto, gravação profissional.</p> <p>Narrativa: O vídeo inicia com uma “conversa em voz alta” do pastor Jacinto Manto olhando um pequeno vidro com azeite. O local dá a entender que é um gabinete pastoral, sala disponível para um momento de aconselhamento aos fiéis. Uma mulher entra em busca de conselhos relacionados à área conjugal de sua vida, justificando que não consegue encontrar um namorado, enquanto todos namoram em sua igreja. Rapidamente, o pastor responde ser “trabalho” de ex-namorado, e a “irmã da igreja” abre seu coração dizendo que tem interesse em um rapaz e pede novamente a ajuda do pastor para orar por ela, intercedendo em função dessa situação, pois ela acredita que a oração do pastor será respondida. Jacinto prontamente impõe sua mão sobre a cabeça dela e durante a oração, coloca palavras que a deixam em situação de desconforto, como “oração de desencalhamento”, “pessoa sofrida, cansada, desesperada e encalhada”, “a idade está avançada e está virando um maracujá de gaveta”, “vejo um demônio do bucho quebrado, em que os culotes estão saindo pelo lado, com barriga caída”. Ao término da oração, para confirmação de quando vai vir o namorado para a irmã, o pastor abre a bíblia em um trecho que diz: “o dia e a hora ninguém sabe, nem os anjos, nem o filho, somente o pai”. Nesse momento, a irmã reclama e diz que vai procurar outra igreja, pois a oração dele é tida como fraca, quando ela levanta da mesa a história encerra. Um novo momento do vídeo começa, com o Vini Rodrigues perguntado se os internautas gostaram, e segue pedindo seguidores e curtidas. Agradece a parceria da <i>Youtuber</i> que interpretou a irmã no vídeo. No final, há o retorno aos momentos de erros de gravação.</p> |

Fonte: O autor (2019).

4.2.1 Observações e análises do Vídeo 2

É possível perceber o posicionamento dos humoristas para obtenção de um melhor enquadramento de câmera possível. Nas falas, o destaque é dado ao “azeite”, ou seja, um elemento muito presente no contexto evangélico, relacionado principalmente ao papel do pastor de ungir os fiéis doentes a fim de lhes deixarem curados e, em outros casos, cheio da unção do Senhor e protegido contra forças demoníacas.

A “irmã”, caracterizada com o cabelo preso em formato de coque e usando um colete de mangas compridas por cima de uma blusa, traz as referências para uma evangélica bastante religiosa e apegada fielmente aos princípios doutrinários da igreja.

Sobre essa representação pentecostal, Bandeira (2017) observa que no estereótipo do personagem Jacinto Manto, como pastor que realiza coisas do cotidiano como se estivesse em constante entusiasmo espiritual, é a sinalização do público a que se pretende alcançar com os esquetes.

Obviamente que alguém fora dos círculos pentecostais teria dificuldades em compreender onde consiste o risível nessas situações e a piada não alcançaria seu objetivo. Por isso, se pode perceber que os vídeos não são feitos para aqueles que são ateus ou que nunca frequentaram os cultos pentecostais, pelo contrário, são pensados para pessoas de dentro do pentecostalismo, ou que já frequentaram esse meio (BANDEIRA, 2017, p.10-11).

Nesse sentido, os elementos de cenário religioso pentecostal são evocados para compor o discurso e aprimorar a perspectiva elementar da mensagem.

A concatenação das falas dos personagens e manuseio da bíblia, com o uso de trechos descontextualizados, propõe uma superficialidade de conhecimento teológico pelo líder espiritual, bem como um uso confuso da Bíblia para objetivar retorno em algo da forma que se espera.

Como uma espécie de consulta espiritual, há nesse momento, o objetivo de ter uma resposta divina para a causa em questão, ou seja, a busca pela resolução de um problema que aflige e que a solução depende de um interlocutor para fazer a mediação com Deus, ou tão somente de um conselho ainda que pastoral.

Seguindo uma mesma lógica do confessor utilizado por igrejas católicas, o aconselhamento pastoral, no qual o papel do conselheiro é transitar entre a sabedoria psicológica e a sabedoria religiosa. É o momento da confissão dos problemas, dos causos, das necessidades e da orientação para a decisão de um melhor caminho a seguir.

Não há, em geral, penitências a serem cobradas, como leituras da bíblia ou rezas com terços, mas há o momento de oração, como apresentado no Vídeo 2.

Quanto ao aconselhamento e seu papel em meio ao contexto evangélico, nota-se algumas divergências. Igrejas tradicionais, por exemplo, prezam pela formação teológica em cursos de graduação para poder ordenar teólogos como pastores, o que lhes chancela a capacitação acadêmica para, também como função, o exercício do aconselhamento.

Na Faculdade Teológica Batista Equatorial, mantida pelo Seminário Teológico Batista Equatorial, ligado à Convenção Batista Brasileira, há a oferta do curso de Bacharel em Teologia, reconhecido pelo Ministério da Educação. Esta faculdade é uma das poucas confessionais do país que formam teólogos, para o exercício do pastoreio.

O perfil do egresso, segundo Fatebe (2020), é baseado no ensino e pesquisa, além de teólogo. O formado pode exercer a função de capelão, professor, orientador religioso, assistente religioso e aconselhador. Na matriz curricular do curso, disciplinas como: aconselhamento bíblico, ética e cidadania, introdução à psicologia e psicologia da religião completam a formação.

Há seminários para formação de pastores pentecostais, que ofertam cursos rápidos e online, para chancelá-los na atividade, principalmente com uma carteira funcional, em alguns casos, de capelão.

Outros, em que as igrejas os chancelam como pastores, após tempo de trabalho na denominação, em um percurso por etapas, não necessariamente nessa ordem, mas que vai desde a função de auxiliares, obreiros, dirigentes de congregação, evangelista, missionário, diácono, presbítero, pastor, pastor-presidente e em alguns casos, bispos e até apóstolos (comum em igrejas neopentecostais).

Segundo Rolim (1985), “o pentecostalismo incipiente se encaminhava para as camadas mais baixas da população e tendia a suscitar no seio delas o sacerdócio leigo”, diferente das protestantes históricas que formam os seus.

O pentecostalismo rompe com o elitismo das igrejas católicas e protestantes históricas e prioriza a experiência religiosa, além de ver a instrução como coisa secundária. Logo, “abriu as portas de suas igrejas à cultura oral das massas populares”. Na formação, basta ser santificado pelo Espírito Santo.

Desse modo, a figura do pastor é a de domínio por ser a autoridade maior em uma igreja, uma referência, ainda que divina, para todos os assuntos e para orientação. Jacinto usa desse artifício e o exerce como observado no Vídeo 2.

Contudo, na composição das cenas, há elementos que transmitem significados como o uso do MacBook, um laptop da empresa Apple, que fica visível nas imagens de Vídeo 2. É parte cenográfica, mas contém o apelo publicitário da marca.

Em um dos trechos da fala do pastor Jacinto, durante uma oração, ele comenta sobre a maquiagem da “irmã” ser da Mary Kay, uma empresa norte-americana de marketing multinível focada em maquiagens, que ganhou espaço no mercado brasileiro há alguns anos, tornando-se referência para beleza feminina.

Tanto a marca do computador, quando a citação na fala da empresa de cosméticos, estão associadas ao meio social em que o pastor Jacinto está. Ainda que não faça o uso dos produtos ou não tenha sido proposta do roteiro apresentar ambas as marcas, assim o fez, trouxe esses dois elementos de uma esfera de fora da experiência pentecostal e os apresentou no contexto pentecostal.

Não há um compromisso de explicar as marcas e seus efeitos, mas ao olhar no rosto da *Youtuber* que encena a “irmã” no Vídeo 2 (Figura 6), pode-se avaliar naquele momento a qualidade do produto que Jacinto referenciou, por exemplo, para quem gosta e conhece a marca, pode se identificar ou quem ainda não conhece, ir atrás de experimentar.

Mais uma vez, a publicização, como elemento de transformação no processo publicitário, veio no fluxo de comunicação daquela situação. Neste sentido, “o caráter do consumo que transcende a aquisição de produtos, por incorporar-se à prática cotidiana da comunicação, ajusta-se ao entendimento da comunicação como interação”, conforme Casaqui (2009).

Figura 6 – Oração forte para namorar



Fonte: Canal “Tô Solto” (2017).²⁴

²⁴ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=5jjEIPo57dk&t=337s>.

Na recepção da mensagem, e diante das interações propostas pela plataforma, o primeiro comentário é o do “Tô Solto”, e a partir deste, mais de 150 outros comentários, entre os quais, parabenizando o tema e a forma como o contexto do evangélico foi abordado:

Tô Solto muito bom os seus vídeos [sic].²⁵

Tô Solto eu recebo o milagre adoro seus vídeos que Deus continue te abençoando cada dia mais eu e minha família seguimos você!! [sic]²⁶

No entanto, há interpretações que diferem da proposta do Canal e partem para um pré-julgamento à proposta do *Youtuber*, em produzir humor para pessoas que considerem o rir como não sendo pecado, esclarecido na descrição do Canal.

Nesse aspecto, há receptores que discordam e apresentam, a partir de uma visão evangélica mais conservadora, comentários, em muitos casos com palavras de baixo calão, de forma a repreender o humorista e o conteúdo produzido.

Isso é uma grande falta de reverência. Se utilizando de coisas santas pra querer ganhar dinheiro. A bíblia não foi feita pra fazer piada não.e sim mostrar o caminho e a verdade....[sic].²⁷

Brincar tudo bem, mas usando o Nome do Senhor e sua Palavra, achei simplesmente horrível. [sic]²⁸

O embate ideológico é recorrente nos vídeos do canal “Tô Solto”. A partir de seu lugar de fala, o internauta que interage decide se concorda, discorda ou faz alguma outra reflexão sobre o enredo apresentado.

Recorrendo às Teorias da Comunicação, o modelo comunicacional de Laswell (WOLF, 1999), que se propõe em responder as perguntas: Quem? Diz o quê? Em qual canal? Para quem? Com quais efeitos? Possibilita-nos observar de uma dimensão maior os comentários do Vídeo 2.

Vini é o emissor, que cria vídeos de humor com um personagem pastor pentecostal, para o *Youtube*, a fim de que internautas acessem seu material como forma de “fazer rir”.

Ainda que a proposta do canal “Tô Solto” seja essa, no ciberespaço não há barreiras que possam limitar os efeitos obtidos com o conteúdo criado, mas o que há são pontes.

²⁵ Vanessa Ribeiro, https://www.youtube.com/channel/UCAyE-IWaa5EJ559mil_cvmQ

²⁶ Leila Valentim, https://www.youtube.com/channel/UCL4v_k6eqkkyLppkquiVpog

²⁷ Felipe João, https://www.youtube.com/channel/UCP_Lb1B1uMAF1p1UPtDJU-g

²⁸ Maria do Socorro Ramos Miranda, <https://www.youtube.com/channel/UCMLjseSxDZO70bR1EFV6ppQ>

Com isso o percurso de análise para esse efeito sempre vai ser em rede e interligado, bem como entende-se na perspectiva dos ecossistemas comunicacionais, que, segundo Pereira (2011), não está restrita aos meios tecnológicos, mas pode ser percebido onde a comunicação se insere. No entanto, ainda que em rede, e sem ignorar os efeitos da mensagem, há persuasão.

Para Wolf (1999), os processos psicológicos que determinaram o sucesso ou não da comunicação, nesse sentido, a audiência é estimulada pelo humorista e reage, distorcendo ou não a mensagem recebida. Dada a sua compreensão e a inter-relação é demonstrada através das curtidas, comentários e dos compartilhamentos nas redes.

Analisando as interações a partir de comentários, constatam-se menções positivas e negativas, que, geralmente, desenvolvem-se em linhas de discussão, onde algumas das interações se desdobram em assuntos diferentes do proposto pelo conteúdo do vídeo. Essa constatação é recorrente em quase todos os vídeos, e o ponto de partida é o “brincar com as coisas de Deus”, que para alguns é humor, para outros é heresia.

A proposta de interação por comentário é dar interlocução inicialmente ao receptor, a partir de uma chamada do próprio *youtuber*, que convida à interação. Não há, por exemplo, uma marcação temporal para o diálogo, no sentido de ter a réplica do comentário logo de imediato, no entanto, ela pode acontecer ou não, tanto pelo *youtuber* responsável pelo canal, quanto por outros que concordam ou discordam daquele comentário.

Com enredo denso aos tabus evangélicos, o Vídeo 2 desencadeia maior fluxo de comunicação, tanto pela identificação com o conteúdo, quanto por julgamento desse conteúdo a partir de uma ideologia religiosa, pautada por uma percepção teológica contemporânea.

Nota-se que, alguns dos comentários dos internautas partem de suas experiências pessoais com a religião que, fluída socialmente no protestantismo de missão ou no pentecostalismo, propõem um enunciado de apoio ou repulsa ao conteúdo do Vídeo 2, e durante vários momentos essa evidência fica marcada nas interações.

4.3 Vídeo 3 – Uber pentecostal

O Vídeo 3 é o que tem o maior número de visualizações no canal “Tô Solto”, e por consequência é o que traz mais comentários. Faz referência direta à empresa Uber Technologies Inc. – multinacional norte-americana que presta serviços eletrônicos de

transporte privado através de aplicativo de celular e está presente em mais de 700 cidades do Brasil.

A Uber tem se destacado como oportunidade de negócios para pessoas desempregadas, que ao disponibilizarem seus veículos para o uso do serviço, geram renda, mesmo sem um compromisso do profissional com as leis nacionais trabalhistas.

Quadro 7 – Análise do Vídeo 3

| | |
|---|---|
| Vídeo 3 | UBER PENTECOSTAL - Pr. Jacinto Manto Tô Solto |
| Duração do vídeo | 6 minutos e 24 segundos |
| Descrição do vídeo | O serviço análogo ao táxi é oferecido a partir do aplicativo Uber. O pastor Jacinto Manto encara o desafio de prestar o serviço e durante uma corrida aproveita a oportunidade para evangelizar o passageiro. |
| Percepções da gravação e roteiro | <p>Qualidade Técnica: O Vídeo 3 foi gravado dentro de um carro e, pela qualidade, supõe-se ter sido utilizado um smartphone ou uma câmera de ação compacta. Tem edição simples e boa captura de áudio.</p> <p>Narrativa: O vídeo começa com Jacinto exercendo a função de motorista, dentro de um carro. Conversa com Deus, agradecendo pela chamada de corrida para o serviço de Uber. Ao avistar o passageiro que tem tatuagens e usa brincos, o pastor deduz que ele é um desviado e fará a obra de evangelizá-lo. Quando o passageiro entra no carro, o pastor logo o cumprimenta com um cântico, reconhecido no meio evangélico como de boas-vindas. Jacinto então expõe que a viagem será um culto, com trilhas sonoras. Há similaridade a um culto evangélico, incluindo referências e frases de efeito dentro das cenas. Em determinado momento o passageiro pede para ouvir outra música no som do carro (uma das opções do serviço de corrida) e coloca um funk. Nesse instante, o pastor se assusta e justifica que não pode ouvir aquele tipo de música, sob pena de ficar sem participar da “Ceia” durante 3 meses e ser retirado de suas funções na igreja. Na cena seguinte, o GPS informa a rota usando um linguajar baseado na cultura evangélica, como “gira no manto à direita” e “novinha peçonhenta a 300 metros”, o passageiro acha estranho e pergunta o quê aquelas palavras significam, o pastor justifica que é um GPS pentecostal, que comprou na loja “Sharabacaia” e que só entende quem é do “manto”. O nome do carro é “Ungidão”, pois está vazando óleo, segundo o pastor, por onde o veículo passa já vai unguindo. Em outro momento, o passageiro pergunta se não tem alguma balinha (serviço também oferecido durante as corridas) e o pastor responde que está de jejum, e todos devem fazer também. Ao final, o passageiro diz que vai dar só uma estrela na avaliação da corrida, e o pastor leva a fala do passageiro para a cultura gospel dizendo que não está preocupado com estrela, pois conhece a “Estrela de Davi”, referenciando Jesus. Na cena seguinte, há uma coleta de oferta e ao cantar um cântico pede uma contribuição financeira do passageiro. No momento de trânsito, Jacinto faz uma oração e rapidamente o congestionamento se desfaz. Ao chegar ao destino, abençoa o passageiro, dando-lhe um panfleto com trechos bíblicos, enquanto se retira do veículo. A cena seguinte é o humorista pedindo curtidas, inscrições e compartilhamentos com a justificativa de que é para ele ficar feliz.</p> |

Fonte: O autor (2019)

4.3.1 Observações e análises do Vídeo 3

A ênfase do Vídeo 3 está no discurso de um fiel, que segue à risca a doutrina que crê e, portanto demoniza o que possa contrariá-lo nas relações sociais. A religiosidade torna o profissional preso em um discurso apático ao do próximo e, além disso, há a imposição da cultura evangélica em um contexto econômico, em que isso deveria transparecer da menor forma possível.

A narrativa revela o individualismo do personagem, que não respeita o passageiro como usuário do serviço que está oferecendo. O induz de toda forma possível, a aceitar a mensagem de “boas novas” e durante o trajeto, seu único objetivo é o proselitismo, ou seja, de “fazer a obra de evangelizá-lo”.

Não fica evidente, a justificativa para a atitude do personagem ao passageiro, mas nota-se a característica de pertencimento. Nesse sentido, percebe-se que, por ser dono do veículo, Jacinto entende que pode conduzir o serviço conforme seu entendimento, e que pelo lugar de fala de um pentecostal, usar de suas experiências pessoais para o convencimento do passageiro.

Durante a viagem, o personagem é “guiado” por um aparelho geolocalizador, o Global Positioning System (GPS), onde as coordenadas de direção são feitas por uma voz feminina, que usa gírias e verbetes da fala pentecostal. Apresentado como um GPS pentecostal, o guia foi comprado na loja “Sharabacaia” (referencia uma espécie de fonética das línguas estranhas).

Como marca da cultura pentecostal, a glossolalia é o “falar em línguas celestiais ou dos anjos”, como um dom de Deus. Um dos dogmas mais sagrados para os pentecostais. Entre evangélicos e católicos (movimento carismático), o tema é amplo e não há um consenso, nem mesmo entre os protestantes, cuja maioria acredita ser xenolália (capacidade de falar em língua estrangeira em que a desconhece, não aprendeu e não teve contato).

É por meio das manifestações sobrenaturais, dado o batismo com o Espírito Santo e dom de falar em “línguas estranhas”, que os evangélicos sofrem a primeira grande ruptura doutrinária, na época, com os batistas em Belém do Pará, onde se origina a Assembleia de Deus, conforme apontado por Silva e Alves (2017).

A manifestação do Espírito Santo para o pentecostal é um momento de transe, que, para a sociedade, revela a proximidade espiritual de quem o manifesta com Deus. No entanto,

não há uma lógica nessa manifestação, que pode partir de uma vocalização silábica, gritos, pulos, saltos, mudança na impostação de voz, giros e movimentos involuntários.

É um estado de êxtase (“estar fora de si mesmo”), ou seja, aponta para um estado de espírito que é extraordinário no sentido de que a mente transcende sua situação habitual. O êxtase não é uma negação da razão; é um estado mental em que a razão está além de si mesma, isto é, além da estrutura sujeito-objeto. Ao estar além de si mesma, a razão não nega a si mesma. (...) Desenvolvendo o avivamento espiritual com a manifestação de dons e curas, além da glossolalia. (TILLICH, 2005, p.126)

“Sendo usado pelo Espírito Santo”, essa é uma das expressões que os pentecostais justificam para a manifestação. Esse estado de transe, geralmente, é conduzido por hinos de louvor e principalmente é marcado por “orações fervorosas” (intensas na devoção) e dependendo do contexto em que aconteça, pode durar poucos minutos, ao tempo de uma música.

Fora desse contexto específico, a glossolalia é mais aparente, como marca de quem o fala é batizado com Espírito Santo. E, então, circunstancialmente essa vocalização pode ser ouvida por alguém que domine o pentecostalismo. Esse elemento de domínio fica evidente na referência dada ao passageiro, quando Jacinto diz que comprou o GPS na loja “Sharabacaia”, a reprodução fonética de uma das “línguas estranhas” mais comuns de se ouvir durante as reuniões e cultos pentecostais.

No esquete, há uma “venda” da doutrina pentecostal para o passageiro, que não se agrada, e há fuga dos padrões da legislação brasileira de trânsito, quanto ao não uso de cinto de segurança pelo passageiro. Ainda que o vídeo tenha sido gravado apenas no carro como cenário, sem movimento, aos olhares mais atentos, a infração no trânsito é constatada, o que contraria um princípio moral e fundamentalista.

Figura 7 – Uber Pentecostal



Fonte: Canal “Tô Solto” (2017).²⁹

²⁹ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=5g-yAOuH76c&t=317s>

O contexto do Vídeo 3 é uma corrida solicitada por aplicativo. O humorista faz questão de trazer a referência da marca Uber para seu vídeo. O emprego da metonímia justifica o apelo comercial no esquete, ou seja, a marca é sinônimo do produto. Nesse sentido, o objetivo inicial é o uso da marca, agregando valor ao vídeo, e, mesmo que de forma não convencional, a publicização de um serviço que também está disponível para ser ofertado por um evangélico.

No humor, há o exagero e cabe a percepção do internauta, que consome o conteúdo, a interpretação das múltiplas vozes dos vídeos. Um aspecto de destaque na série de comentários no Vídeo 3, é a presença de um diálogo entre o humorista e seu público, com uma réplica.

Curti esse canal mesmo sendo católico kkkkk [sic].³⁰

E prontamente o humorista Vini Rodrigues responde:

Everson Zoio Haha Que moral! Você por aqui. Obrigado, mano. Tmj [sic].³¹

Dos vídeos em análise, não há um padrão para que o humorista responda a interação feita por seus seguidores. Por vezes, o faz como curtidas aleatórias nos comentários e, poucas vezes responde-os. Vini não deixa claro o motivo para não retornar, no entanto, é uma prática feita por outros *youtubers* também em não responder, talvez pelo volume de interações.

Nesse primeiro comentário, o autor – Everson Zoio – diz ser católico, ou seja, a mensagem chegou a alguém fora do contexto evangélico, mas dentro da perspectiva cristã. A condicionante do comentário parte da ideia de que, mesmo tendo sua religiosidade definida, pôde curtir o que o humorista fazia.

A princípio, essa é a lógica que despertaria uma réplica: existe um católico que precisa ouvir das boas-novas que o canal está levando e ouviu, portanto, um caso específico que deve ter um retorno.

No segundo comentário destacado, há um retorno do humorista, valorizando a “visita” de Everson Zoio ao seu Canal. Nota-se, portanto, que há um prestígio da interação,

³⁰ Comentário de Everson Zoio, <https://www.youtube.com/channel/UChPa3fnII3RKuzEbeEPKRFw>

³¹ Comentário de Tô Solto, <https://www.youtube.com/channel/UCeZsuxGiMPtHj7UAmx9DuEQ>

que possivelmente desencadeou a réplica. Everson³² é *youtuber*, com mais de 11 milhões de seguidores e produz vídeos amadores de seu cotidiano, com pegadinhas e humor.

Como tréplica, dois outros comentários deixados por internautas no mesmo vídeo, enfáticos à atitude do humorista em interagir com outro *youtuber*.

Também sou catolico e gosto dos seus videos e do pastor Claudio Duarte porque o mundo precisa de amor e de humor! [sic].³³

Tô Solto seus fã comenta você não tá nei ai, mais só por que é o zoio VC responde.... Só observo [sic].³⁴

Há duas situações elencadas dessas inter-relações ecossistêmicas, uma do católico que também assiste aos vídeos do canal “Tô Solto” e outra em que há descontentamento e cobrança, por parte de um fã, que não tem a réplica de seu comentário.

O fenômeno incide sobre a perspectiva de interação. Não é comum que haja, mas em determinados momentos ele ocorre, não compromete o discurso, valoriza a interação e constrói pontes novamente a partir do processo comunicacional, dada a relação ecossistêmica, como apresentada no Quadro 5.

4.4 Vídeo 4 – Pentecostal jogando videogame

O Vídeo 4 apresenta um dos tabus da igreja evangélica brasileira, o videogame. Segundo dados da Pesquisa Game Brasil (PGR, 2019)³⁵, que traça o perfil do *gamer* (jogador). No Brasil, onde 66,3% da população joga algum game eletrônico, a maioria usa smartphone (83%).

Quadro 8 – Análise do Vídeo 4

| | |
|---------------------------|--|
| Vídeo 4 | PENTECOSTAL JOGANDO VIDEOGAME - Pr. Jacinto Manto Tô Solto |
| Duração do vídeo | 7 minutos e 48 segundos |
| Descrição do vídeo | Jacinto é convidado para passar a noite na casa de um irmão da igreja. Ele pensa que é uma vigília de oração, mas ao chegar lá, se depara com um torneio de videogame. |

³² Canal Everson Zoio, <https://www.youtube.com/user/djzoi0>

³³ Comentário de Francisco Roger, <https://www.youtube.com/channel/UCmwOfDvTFexkKiWvFLh6d3g>

³⁴ Comentário de Rafael Cruz, <https://www.youtube.com/channel/UCxZWdjBMK5WVre3pM3dbjuQ>

³⁵ Pesquisa Gamer Brasil 2020. Disponível em: <https://www.pesquisagamebrasil.com.br/pesquisa-game-brasil-2019/> >. Acesso em 4 abr. 2020.

| | |
|--|---|
| <p>Percepções da gravação e roteiro</p> | <p>Qualidade Técnica: O Vídeo 4 foi gravado dentro de um apartamento, com a maioria das cenas ocorrendo em um sofá na sala, em frente à televisão. Há uma boa captura das imagens, que estão em alta definição, no entanto fica a desejar na iluminação, dando a entender que provavelmente foi usada uma única câmera. Há reprodução de sons dos jogos e efeitos de transição de telas, artifício da edição.</p> <p>Narrativa: Neste vídeo, Jacinto foi convidado para uma vigília – comumente praticada por evangélicos – é uma reunião de oração que acontece geralmente durante as madrugadas. Ao chegar à casa do convidado, o pastor é recebido pela mãe do amigo com “boa noite!” e Jacinto responde com uma saudação típica pentecostal: “A paz do Senhor!”. Olha pra ela, uma senhora, e pergunta sobre a falta do coque no cabelo, afirmando que ela é presbiteriana (tradicional de missão) e não assembleiana (pentecostal), já que o coque, segundo o personagem, funcionaria como uma antena que ligaria ela a Deus. Ao ser recebido por Tato, o filho da “irmã do coque”, Jacinto descobre que a “vigília” é uma madrugada jogando vídeo-game. Nesse momento, ele traça um diálogo com outros jogadores a partir de suas referências pentecostais. Pergunta sobre o jogo, e é informado ser “Naruto”. Ele prontamente questiona se é o nome de um demônio. Após isso, os outros jogadores reclamam da dificuldade que estão em passar de uma fase e o pastor os ajuda, dizendo que precisam orar antes de passar pela “dificuldade”, e o faz, referenciando que é necessário deixar o “controle” na mão de Deus. Tito decide então ensinar o pastor a jogar, e pede que escolha um personagem. Jacinto pede Davi ou Sansão, personagens bíblicos. No jogo não há, e, então, ele intuitivamente escolhe um que atenda aproximadamente suas necessidades como “guerreiro pentecostal”, ou seja, um personagem envolto em chamas de fogo, que o pastor diz ser “pentecostal saindo fogo do lombo!”. Ao iniciar a partida, Jacinto traz novamente um elemento evangélico para o contexto da partida, e quer saber se o personagem do jogo tem o “poder da bíblia” e diz que o jogador contrário é a manifestação do demônio, com quem está lutando. Ao vencer a partida, o pastor afirma que o “pentecoste sempre ganha”. Segue jogando e narrando o jogo com base em gírias do universo pentecostal. Em uma cena seguinte, a “irmã do coque, sem o coque” aparece para indagá-lo sobre ter passado a noite toda jogando, ele diz que não venceu a partida, e ela prontamente o ajuda a jogar. Ela vence a partida e os dois comemoram a vitória do jogo, encerrando o esquete. A cena seguinte é com o humorista apresentando os participantes da gravação, pedindo seguidores para o canal deles, e para si mesmo.</p> |
|--|---|

Fonte: O autor (2019).

4.4.1 Observações e análises do Vídeo 4

No Vídeo 4, o videogame é demonizado, durante a narrativa do pastor Jacinto, mas em alguns momentos ele supera a barreira doutrinária e se familiariza com o jogo, não vendo mais problemas em “vencer o demônio com o fogo pentecostal”. No entanto, dentro do pentecostalismo, o videogame quase sempre foi julgado pelos malefícios. Entre eles, o da obesidade, de violência, de lesões por esforço repetitivo, problemas de visão e outros, quase sempre criados a partir do senso comum.

A igreja evangélica pentecostal reúne alguns dos malefícios para justificar o não aconselhamento para os videogames, e os endossa em partes por ser um pecado associado à porfia (contenda, discussão, disputa), que tem embasamento em textos bíblicos.

Ora, as obras da carne são conhecidas e são: prostituição, impureza, lascívia, idolatria, feitiçarias, inimizades, porfias, ciúmes, iras, discórdias, dissensões, facções, invejas, bebedices, glotonarias e coisas semelhantes a estas, a respeito das quais eu vos declaro, como já, outrora, vos preveni, que não herdarão o reino de Deus os que tais coisas praticam. (BÍBLIA, 2008, p.1153-1154).

Para Ultimato (2016) o jogo é visto a partir de uma cultura de prevenção, que “tem acontecido com quase tudo o que é novo, em todas as áreas do conhecimento”. Sobre o videogame ainda “é comum ouvirmos a expressão: ‘Isso é coisa do diabo’”.

Segundo o site Gospel Prime (2019), especializado em notícias evangélicas, a Convenção dos Ministros e das Assembleias de Deus do Estado do Mato Grosso (COMADEMAT) divulgou uma resolução que passa a ser válida em todas as igrejas filiadas, quanto a usos e costumes, e deliberou sobre a abstenção de seus fiéis ao uso da televisão, da bateria como instrumento musical, de ir ao cinema e de jogos de qualquer espécie, incluindo os de bola.³⁶ São ordens para todos os fiéis que fazem parte da denominação naquele estado, passível de punição.

A igreja dirime sobre a conduta e moral dos seus fiéis. Segundo Silva e Abbud (2018), há imposição de regras que “os fiéis precisam estar atentos, para que estejam alinhados aos princípios que norteiam a igreja”. Os assuntos perpassam por normas religiosas e sociais. Entre os tópicos estão: “namoro e casamento, sexualidade, tatuagens, cortes de cabelo e o uso da televisão”, sobre os quais formulam-se regras que precisam ser cumpridas.

A ideologia religiosa é uma das marcas que mais se sobressaem nos vídeos apresentados pelo humorista. O apego ao pentecostalismo, e suas práticas estão, na maioria dos conteúdos. E nesse ponto, há outros fenômenos comunicativos relevantes no Vídeo 4. A narrativa resgata a representação da mulher pentecostal, que está padronizada por usos e costumes da igreja.

O rigor na indumentária, a sobriedade do vestuário, o legalismo de usos e costumes, o puritanismo da moralidade, a militância aguerrida na evangelização, o apolitismo nas questões sociais, o espiritualismo na leitura do mundo, o fundamentalismo e literalismo na leitura bíblica, o caciquismo na liderança, o despojamento e localização periférica dos templos, dentre outras questões, não são exclusividades

³⁶ Gospel Prime. Assembleia de Deus no Mato Grosso proíbe TV, maquiagem, brinco e usar barba. Disponível em: <<https://www.gospelprime.com.br/assembleia-de-deus-no-mato-grosso-proibe-tv-maquiagem-brinco-e-usar-barba/>>. Acesso em 4 abr. 2020.

assembleianas; mas por sua natureza fundante, terminaram de alguma forma marcando todas as demais igrejas pentecostais. (ALENCAR, 2012, p.77).

Nas Assembleias de Deus, em geral, há grupos ou departamentos internos direcionando aos vários públicos que a igreja acolhe. Há grupos de crianças, onde desenvolvem-se trabalhos focados no trato com a infância. Dentro desse contexto, têm os de adolescentes, jovens, solteiros, noivos, homens, mulheres, anciãos, e quanto maior a igreja em número de fiéis, mais fragmentada em departamentos ela fica. Isso serve para facilitar o diálogo e a interação entre os membros da comunidade.

Um dos grupos mais freqüentes e funcionais dentro das Assembleias de Deus e outras pentecostais, independente do tamanho, é o Círculo de Oração. Segundo Alencar (2012), o grupo é um ministério orgânico na igreja e que tem em sua missão primeira, a oração. “É uma reunião diurna onde mulheres na igreja local se reúnem para orar – e também conversar, cantar e, em alguns lugares, fazer alguma outra atividade [artesanato ou caridosa]”.

As mulheres que fazem parte do Círculo de Oração que são formados, na maioria, por senhoras na faixa da terceira idade. Com sua identidade pentecostal, são portadoras de “conduta moralista e produtora de coesão e sentido” (ALENCAR, 2012, p.191).

Dentro da igreja as “irmãs do círculo de oração” são temidas, por serem sábias, de orações fervorosas e estão sempre dispostas a dar aconselhamento sobre as dificuldades da jornada cristã. Nas reuniões de oração pentecostal, o êxtase e a glossolalia são comuns por meio delas.

Pelo rigor doutrinário de orientações específicas para indumentária, as mulheres pentecostais, principalmente em igrejas mais periféricas dos grandes centros e capitais, usam somente saias, blusas sem decotes e o cabelo preso, isso pôde ser observado na Figura 2, quando a TV Globo representou suas personagens evangélicas em novelas.

A origem do penteado em coque nas igrejas evangélicas não é clara, e as literaturas consultadas não nos deram informações suficientes sobre o assunto. Porém, é reconhecido esse tipo de uso de penteado entre as mulheres mais idosas das igrejas, não é unânime, mas consensual.

De acordo com Alencar (2012), os assembleianos têm como característica fundante o espiritualismo na leitura do mundo. Jacinto Manto exprime essa ideia quando busca um jogador do videogame que atenda às suas necessidades cristãs, de guerreiro, soldado de Cristo, deseja lutar contras “as forças malignas” e vencê-las por meio da oração.

Há mistura entre os espaços reais, virtuais e a dimensão espiritual, em uma narrativa que não é linear. No diálogo, nota-se, de forma ampla e por percepção de uma perspectiva

ecossistêmica, a necessidade de difusão da cultura pentecostal, observada pelo posicionamento do personagem que, almeja do jogo, um personagem que atenda suas expectativas religiosas.

A leitura de “seu entorno”, enquanto pentecostal, é ver, espiritualmente as “coisas do mundo”, negando a demonização e militando na evangelização, como observado no Vídeo 3. Neste caso, em algum momento, o videogame deixa de ser nocivo religiosamente e passa a ser “vendido” como entretenimento, legitimando a permissividade, por quem, por exemplo, é de alguma igreja pentecostal que proíbe, e a partir de um contexto apresentado no Vídeo 4, encontra um alibi para justificar o uso do videogame.

Alguém me ajuda (...). Meus amigos me julgam pq eu jogo videogame e acham que é pecado, só que video game é entretenimento (igual futebol) se isto te afasta de Deus não jogue ou faça isso, porém isso nunca me afastou de Deus em nd, só que não sei oq faço pq eu posso ainda estar errado. [sic]³⁷

Neste comentário, evidencia-se a confusão do internauta quanto à problemática da utilização do videogame com a doutrina evangélica. Dúvidas que ele ainda tem sobre ser ou não pecado, mas ainda assim, se justifica dizendo que a prática do jogo não o afasta de Deus, mas pede ajuda, pois o assunto não é claro.

Diretamente não há nenhuma interação de outro internauta a esse comentário, portanto, ninguém assumiu o papel de ajudá-lo, possivelmente, por vários motivos, dentre eles, a falta de domínio no assunto, a identificação com o contexto doutrinário ou por compartilhar do mesmo problema.

Figura 8 – Pentecostal jogando videogame



Fonte: Canal “Tô Solto” (2017).³⁸

³⁷ Comentário de Idaviiz7, <https://www.youtube.com/channel/UCghQHR8mFAA8v-2er1b-OqQ>

³⁸ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=nPGLj0JPFoU&t=399s>

Durante o esquete, Jacinto joga Naruto – jogo de videogame inspirado em uma série de mangá japonês, em que um jovem ninja à procura de reconhecimento, sonha em ser líder na sua vila³⁹, e alguns internautas identificam-se com o jogo.

Mano você mi pressiona naruto cara eu gosto muito de naruto [sic].⁴⁰

Amo Naruto, agora to mais fã do canal ainda [isic].⁴¹

Nesse momento, segundo Casaqui e Riegel (2011, p.167), a publicização, ainda que involuntária, se dá a partir dos fluxos comunicacionais, disseminados por meio dos enunciados do Vídeo 4, “em fluxos não exatamente determinados em sua extensão e alcance e que, de maneira complexa, vêm atribuir valor às marcas, corporações, mercadorias às quais representam”. Com isso, Naruto conquista certa legitimação entre os fãs do canal.

4.5 Vídeo 5 - Pentecostal no site de relacionamento Badoo

O Vídeo 5 – Pentecostal no site de relacionamento – é patrocinado pelo Badoo, uma rede social digital focada em novas amizades e relacionamentos criada em 2006, no Reino Unido, e que tem cadastro gratuito. Segundo a plataforma, são mais de 469 milhões de pessoas, em todo o mundo, que fazem parte da rede. “No Badoo, acreditamos que há alguém para todos. Nós nos tornamos a maior rede de descoberta social do mundo, porque criamos as melhores ferramentas para conectar pessoas” (BADOO, 2019).

Quadro 9 – Análise do Vídeo 5

| | |
|---|---|
| Vídeo 5 | PENTECOSTAL NO SITE DE RELACIONAMENTO Tô Solto |
| Duração do vídeo | 6 minutos e 20 segundos |
| Descrição do vídeo | O vídeo trata sobre atitudes de um evangélico pentecostal em um aplicativo de relacionamentos. |
| Percepções da gravação e roteiro | Qualidade Técnica: O Vídeo 5 apresenta elementos técnicos profissionais, na captação de imagem e áudio. Enquadramentos e planos de cena fechados, abertos e <i>closes</i> , e iluminação bem valorizada. Mesmo que não tenha |

³⁹ Coxinha Nerd. História de Naruto. Disponível em: <https://www.coxinhanerd.com.br/historia-de-naruto/>. Acesso em: 5 abr. 2020.

⁴⁰ Comentário de ADT Áries, <https://www.youtube.com/channel/UCUcDZVNXnM8mnjenotAmJfw>

⁴¹ Comentário de Animex, <https://www.youtube.com/channel/UCyi4wKvUGu4CtGAFetwR4Bw>

| | |
|--|---|
| | <p>mencionado na descrição do vídeo, fica claro que houve a participação de profissionais na captação, edição e finalização do produto.</p> <p>Narrativa: O Vídeo 5 mostra Jacinto fazendo uma oração de joelhos, em voz alta, e pedindo a Deus por um relacionamento amoroso, quando é surpreendido por outro humorista, o qual ele chama de “Querido” e “Atribulado”, a quem confessa sua vontade de namorar. O conselho do amigo é para que o pastor procure uma namorada no aplicativo Badoo, apresentado como “benção de Deus na terra para você conhecer a varoa (mulher religiosa)”. A cena seguinte é o momento em que o amigo faz a inscrição do pastor no aplicativo. As referências e exigências para o perfil de Jacinto é baseada em seu contexto evangélico, por exemplo: “sou pentecostal até o tutano, gosto de girar no manto”; sobre o estado civil, o pastor sugere “à espera de um milagre”; escolaridade, ele responde “Escola Bíblica Dominical”; profissão, “obreiro”; e tipos de música preferida, “corinhos de fogo, hinos da harpa, música que tem fogo”. O amigo dá as instruções para o pastor usar o aplicativo e o orienta quanto os perfis que lhe agradam mais. Comprovam que o aplicativo funciona e marcam um encontro para Jacinto. Na cena seguinte, ocorre um encontro com uma menina em um restaurante. Quando ela chega, o cumprimenta com a “Paz do Senhor” e diz que não vai jantar, pois está de jejum, testificando ser uma mulher evangélica que segue algumas das práticas religiosas. A mulher elogia ele por possuir qualidades, do tipo: “moreno do deserto”, “Abdenego”, “Barba de Arão”, e lança uma cantada: “Não sou Damares, mas quero saber se teu beijo tem sabor de mel”. Ao se aproximarem para um beijo, a cena é cortada para o pastor acordando de um sonho e afirmando que vai baixar o aplicativo. Encerra a esquete e a cena seguinte é feita pelo humorista, pedindo seguidores nas redes sociais e curtidas no vídeo, além de pedidos de sugestões de novos vídeos nos comentários.</p> |
|--|---|

Fonte: O autor (2019).

4.5.1 Observações e análises do Vídeo 5

A construção do esquete se baseia na busca por um relacionamento amoroso, que também é um dos temas tabus das igrejas cristãs. Não há uma doutrina consolidada sobre o assunto para as igrejas pentecostais. No entanto, há linhas que defendem um tempo de conhecimento mútuo chamado de corte, baseado na amizade e sem toques íntimos como beijo, até o momento do noivado, e a relação sexual só depois da oficialização documental do casamento.

No Brasil, o movimento “Eu Escolhi Esperar” (2020) lidera uma campanha cristã, que atua, segundo informações do site, na preservação sexual e integridade emocional de pessoas. São mais de dois milhões de seguidores no *Instagram*, três milhões de curtidas no *Facebook* e mais de um milhão de assinantes no *Youtube*.

[Eu Escolhi Esperar] foi criado com o propósito de encorajar, fortalecer e orientar os solteiros cristãos a esperarem até o casamento para viverem suas experiências

sexuais. (...) Ajudar as pessoas a desenvolverem relacionamentos amorosos saudáveis e duradouros. A campanha tem uma mensagem centrada na importância de viver uma vida em santidade e pureza baseada nas escrituras sagradas. Não é uma campanha voltada somente para pessoas virgens, mas também para aqueles que já tiveram experiências e agora decidiram se preservar até o casamento. É aberta para a participação de pessoas de todas as idades (EU ESCOLHI ESPERAR, 2020).

O movimento é interdenominacional e os líderes são pastores que fazem parte da *Base Church* de Vitória, no Estado do Espírito Santo. Os representantes desse agrupamento, viajam o país com palestras para jovens e adolescentes sobre sexualidade, em igrejas, congressos, acampamentos e encontros, pois para a doutrina cristã, ter relação sexual só é aceita dentro de um contexto conjugal e seu fim principal não é o prazer, mas a procriação.

“O casamento deve ser honrado por todos; o leito conjugal, conservado puro; pois Deus julgará os imorais e os adúlteros” (BÍBLIA, 2009, p.1196). Para antes do casamento, a orientação bíblica é a abstenção. “A vontade de Deus é que vocês sejam santificados: abstenham-se da imoralidade sexual”.

No entanto, segundo dados da pesquisa de opinião “O crente e o Sexo” realizada pelo Bureau de Pesquisa e Estatística Cristã – BEPEC (2011), 57,07% dos entrevistados afirmaram que fizeram sexo antes do casamento com o cônjuge. E desses, 76,99% eram do grupo de igrejas neopentecostais; 56,04% das pentecostais, e 53,96% tradicionais de missão.

O Vídeo 5 apresenta como plano de fundo a rede social Badoo. O enredo está centrado nas ferramentas do aplicativo, funcionando como uma espécie de tutorial para inscrição e uso. O foco da ação publicitária é o evangélico, e isso fica claro em toda a narrativa construída por uma “necessidade” do pastor. Ele entende que precisa se envolver em um relacionamento e, o aplicativo é apresentado como meio para a resolução desse problema.

A leitura nos remete à transformação na comunicação. Não é um espaço convencional, nem uma propaganda direta, ela está atrelada ao sentido de ser do evangélico, que em muitos casos não tem onde procurar um relacionamento. E o que, em primeiro momento, poderia ser procurado dentro das igrejas, ganha uma dimensão maior quando há a inserção do aplicativo nessa busca, que trará um resultado satisfatório ou não, mas possibilitará interconexões.

A publicização está nos diálogos entre os personagens do Vídeo 5, nas interlocuções, no contrato comunicacional dos fenômenos. Casaqui (2011) pondera sobre esses fluxos, quando diz que:

As esferas da produção e do consumo, como posições discursivas, sofrem

deslocamentos que dizem respeito ao imaginário tecnológico; a um sentido de futuro que passa pela releitura das práticas de consumo associadas a ideais comunitários; e à amplificação da retórica que coloca o consumidor como “razão da existência” das corporações e da oferta de seus produtos; entre outros elementos que refletem e refratam o que caracteriza a contemporaneidade (CASAQUI, 2011, p.136).

O apelo a um dos pontos frágeis doutrinários revela a necessidade que o evangélico tem de ter um relacionamento amoroso e o aplicativo ou *site* de relacionamento é apresentado como alternativa para essa busca. E nota-se que, isso não está desconexo de uma realidade evangélica. A oferta de um aplicativo que atenda e dialogue as com necessidades e carências do fiel, pode ser apresentado como “solução” ou meio para realização pessoal.

Figura 9 – Pentecostal no site de relacionamento Badoo



Fonte: Canal “Tô Solto” (2017).⁴²

Há vários *sites* segmentados em possibilitar relacionamentos para o público evangélico. Entre eles, o Romance Cristão⁴³, o Amor⁴⁴, o Gospel Encontros⁴⁵, o Amor em Cristo⁴⁶, o Eu, Tu e Deus⁴⁷, Divino Amor⁴⁸, entre outros. Os *sites* são específicos para o público evangélico e trazem versos bíblicos em suas páginas iniciais, transmitindo a idéia de espaço, onde se encontrarão relacionamentos que serão abençoados por Deus.

Dos enunciados propostos no Vídeo 5, houve identificação com o assunto e maior engajamento dos internautas nos comentários.

Gente foi no badoo que eu conheci o amor da minha vida @Humberto Nos

⁴² Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=w3xjrQAYCos&t=163s>

⁴³ Romance Cristão, <https://www.romancecristao.com/>

⁴⁴ eAmor, <https://www.eamor.com.br/>

⁴⁵ Gospel Encontros, <https://www.gospelencontros.com/>

⁴⁶ Amor em Cristo, <https://www.amoremcristo.com/>

⁴⁷ Eu, tu e Deus, <https://www.eutuedeus.com/>

⁴⁸ Divino Amor, <https://www.divinoamor.com.br/>

conversamos e hj somos evangélicos e estamos muito felizes [sic].⁴⁹

Badoo só tem mulher feia, enalhada e complexada, primeira coisa que fiz quando voltei para Cristo foi desativar esse negócio, se pessoalmente é difícil conhecer quem uma pessoa é realmente imagine por aplicativo [sic].⁵⁰

Das interações selecionadas para essa discussão, nota-se a identificação, que dando certo ou errado a tentativa de relacionamento, o Badoo foi considerado útil em ambos os comentários. O primeiro comentário mostra a eficácia do aplicativo e seus efeitos. No entanto, no segundo, nota-se uma crítica ao aplicativo e a frustração do internauta por não ter tido êxito em sua busca.

Observando pela perspectiva ecossistêmica, que reconhece os fenômenos humanos e a complexidade das interações, nota-se a desconstrução do papel do “Deus” em proporcionar relacionamentos amorosos em prol de deixar nas “mãos” de um aplicativo, o direcionamento da escolha amorosa.

As interações que acontecem na plataforma podem gerar conflitos com a doutrina, uma vez que o evangélico deve manter relacionamento amoroso com outra pessoa da mesma religião, tendo como respaldo, o jugo desigual, que é um relacionamento entre um crente e um não crente, considerado pecado na doutrina cristã.

Essa regra é baseada no trecho bíblico do livro de 2 Coríntios 6:14 do Novo Testamento, “Não vos ponhais em jugo desigual com os incrédulos; porquanto que sociedade pode haver entre a justiça e a iniquidade ? Ou que comunhão tem da luz com as trevas? (BÍBLIA, 2008).

Das interações, fez-se necessário refletir, sobretudo, a partir da perspectiva ecossistêmica, dimensionada nas interconexões humanas de atravessam o real, o sobrenatural e o cibernético. Os espaços onde a comunicação se torna eficaz, com as interconexões que trazem para perto, não por uma linearidade, mas pela subjetividade de cada nó desta teia, que está interagindo a partir de sua função no meio.

Nesse sentido, a religiosidade do pentecostal, que está em busca de um relacionamento e que pode ser conquistado por meio de um aplicativo (um elemento da *Internet*), onde Deus pode atuar (elemento fé) e abençoá-lo neste relacionamento.

⁴⁹ Valeria Santos Souza, <https://www.youtube.com/channel/UCX5YVaMN8cFvUtfNyjzEeDA>

⁵⁰ Paulo R.Fernandes, https://www.youtube.com/channel/UHC5QJRO_mCKWg54luLao_A

E assim, a “comunicação adquire valor ímpar de compreensão da realidade humana, porque sai dos escaninhos das certezas disciplinares e mergulha nos rios da complexidade, da instabilidade e da subjetividade” (MONTEIRO et al, 2014, p.143).

4.6 Vídeo 6 - Playlist gospel da minha vida amorosa pelo Flipagram

O Vídeo 6 resgata um dos elementos mais populares da cultura evangélica, a música, que ganha o adjetivo *gospel*. Segundo Cunha (2004), o *gospel* é sinônimo de música religiosa moderna, que combina ritmos musicais seculares, como o rock, as baladas, o samba, o sertanejo, o axé e outros, com o conteúdo religioso.

As letras das músicas apresentam contextos diversos como a situação de vida como luta por algo, bênção financeira, relacionamento amoroso, prosperidade, vingança, sofrimento, dentre outros.

O enredo desse vídeo é construído a partir do aplicativo Flipagram – uma rede social que tem ferramentas para criação de vídeos simples e postagens na plataforma, utilizada por músicos para divulgação de seus trabalhos.

Quadro 10 – Análise do Vídeo 6

| | |
|---------------------------|---|
| Vídeo 6 | PLAYLIST GOSPEL DA MINHA VIDA AMOROSA Tô Solto |
| Duração do vídeo | 8 minutos e 37 segundos |
| Descrição do vídeo | Diferente dos anteriores, esse vídeo é um testemunho, onde o humorista Vini Rodrigues, intercala suas falas com a do personagem pastor Jacinto Manto. Segue um formato de vídeo comum entre <i>youtubers</i> , com a câmera ligada e a falando de si, com olhar direto para a câmera, como se estivesse conversando diretamente com quem está no outro lado do vídeo. |

| | |
|--|---|
| <p>Percepções da gravação e roteiro</p> | <p>Qualidade Técnica: No Vídeo 6, o cenário tem uma televisão ao fundo, que está desligada. Há o uso de uma câmera, que fica refletindo nessa televisão. Há um problema de foco, possivelmente, ele esteja gravando sozinho e na função automática. Na iluminação, a luz natural não calibrada com a câmera, causou uma claridade alta, uma superexposição da imagem. A edição simples com cortes brutos intercala com outros vídeos gravados no formato de <i>stories</i> de redes sociais, com imagem na vertical, deixando barras pretas nas laterais dos vídeos.</p> <p>Narrativa: O Vídeo 6 é uma lista de músicas baseadas nas histórias de relacionamentos amorosos do pastor Jacinto, mas que pela construção da narrativa, possivelmente os casos são reais, e aconteceram com o humorista. Ele anuncia e conta como a música narra o momento de sua vida, e interpreta essa música com esquetes, que se intercalam aos áudios originais das músicas apresentadas. Há um intenso uso de gírias evangélicas como “seta lançada”, “enviada do cão”, “paguei o preço”, “dedo de profeta” e “profetizava benção”. Em determinado momento do vídeo, o pastor avisa que os “videozinhos” são produzidos no aplicativo Flipagram, menciona que está usando essa rede social. Sugere que as pessoas baixem o aplicativo e produzam conteúdo para a rede, marcando com uma <i>hashtag</i> #mantopuro, que no dia “31 de agosto” ele fará um vídeo comentando essas publicações. Na sequência retoma as histórias e faz uma crítica aos pastores que querem casar os jovens evangélicos muito cedo. Relata que foi convidado para ir a uma vigília de oração e lá recebeu uma “palavra” de que o “milagre”, para ele, chegaria naquele dia. Continua narrando que, ao fim da vigília enquanto bebia água encontrou uma jovem e conversou com ela, convidando-a para uma vigília na semana seguinte, em qualquer igreja que ela quisesse, referenciando “Belém”, “Madureira” – igrejas Assembleias de Deus. Por fim, afirma que deu tudo certo, e está namorando. Encerra a cena com a música: “A glória da segunda casa, será maior que a da primeira, a vitória está garantida”. Finaliza o vídeo com a câmera na mão fazendo novamente o convite para que os internautas baixem o aplicativo Flipagram, pede inscrições no canal e que seja seguido nas redes sociais, além de enfatizar que está aumentando a frequência de publicações de vídeos para o Canal.</p> |
|--|---|

Fonte: O autor (2019).

4.6.1 Observações e análises do Vídeo 6

O Vídeo 6 reúne várias referências musicais de artistas do cenário evangélico. Trechos de músicas de cantores *gospel* são apresentados como recursos narrativos às situações amorosas vivida pelo personagem. É possível observar, a representação do evangélico no seguimento da música também.

Segundo Cunha (2004), o *gospel* é um movimento que sai do contexto musical e assume o papel de modo de vida religioso, que “centrado na música, tornou-se sinônimo de renovação, especialmente pelas possibilidades abertas para exploração de ritmos não-clássicos no culto praticado nas igrejas evangélicas”.

A música tem significativo espaço dentro das reuniões nas igrejas. Nas pentecostais, um tipo específico e recorrente são os chamados corinhos. Para Cunha (2004), são “composições populares, de melodia e letras simples, e fortes tom emocionalista”. Eles aparecem em vários momentos de uma reunião pentecostal, por vezes na abertura, no momento em que é feita a coleta de oferta (ajuda financeira), nos cumprimentos aos visitantes e em despedidas.

Não há uma liturgia denominacional definida para que eles possam ser usados, mas são sempre em tons de animação ou gatilhos para início das manifestações sobrenaturais de dons e línguas estranhas.

O sentido da música é elevado ao nível de mediação do sagrado, conforme pondera Cunha (2004), “na cultura religiosa gospel, por meio da música pode-se chegar a Deus e até mesmo pode-se tornar como Deus”.

Quando o pastor Jacinto convida o seu público a interagir com ele, também na outra plataforma, da qual faz a publicização, o Flipagram, ele “assimila o consumidor em sua trama para propor novos significados para as relações entre produtores e consumidores – muitas vezes, embaralhando os papéis para construir o sentido da legitimidade, da identidade com seu ‘público-alvo’”, conforme explicitado por Casaqui (2011).

Neste caso, há um convite do humorista, no qual ele propõe um diálogo, com seu público, “abordados como consumidores potenciais pelas mensagens que lhes são direcionadas, objetivando estimular sua ação” (CASAQUI, 2009, p.3).

Nota-se, elementos de estratégia da publicização, em enunciados do Vídeo 6, ao estimular a ação do internauta que o assiste. Com isso, destaca-se a legitimação do discurso do personagem, que ganha novos significados e, portanto, sentido para seus seguidores, com identificação ao conteúdo do esquete.

A música tem uma função social na igreja e isso reflete diretamente no sentimento dos fiéis, que, assim como no meio secular, é envolvido pela influência da música. Por meio dela, os cristãos louvam a Deus, exaltando seus grandes feitos, recitando trechos bíblicos e compartilhando de repertórios e ritmos dos mais variados possíveis.

No livro de Salmos, a bíblia compila 150 poemas e canções, que trazem letras alegres, convidativas, de ensinamentos, de perdão, graça, fé e outros assuntos da diversidade cristã.

A narrativa também reafirma o estereótipo do evangélico pentecostal, que não consome outros tipos de músicas, tais como, as seculares ou ditas músicas do mundo. Por fim, suas referências são centralizadas na música *gospel*.

Quando a proposta do Vídeo 6 é contar uma história de vida, a partir da narrativa do personagem, que não tem um histórico público de vida construída no Canal, mas a assimilação do autor por trás do personagem, o humorista dialoga com o público, mostrando suas experiências amorosas e intercalando com o personagem, uma sequência de músicas que fazem sentido para si.

Pelo contexto cultural evangélico, a mesma música pode ter o mesmo sentido para quem o assiste, mas não necessariamente. Com isso, o papel do humorista foi de apresentar uma faceta de si mesmo, e captar conteúdo produzidos por internautas, a fim de direcioná-los para outro *site*. Esse deslocamento pretende, a partir do contrato de interação, o aumento no número de perfis no Flipagram, por meio da publicidade de uma rede social através de outra.

Outros elementos da publicização estão presentes no Vídeo 6. Entre os quais, quando o humorista intercala os esquetes feitos com o uso do aplicativo e deixa a marca no rodapé dos “vídeozinhos”. Na metade do Vídeo 6, ele avisa que fará um novo vídeo comentando as postagens marcadas com *hashtag* sugerida por ele de dentro do Flipagram, para o *Youtube*.

Nesse momento, a proposta é deslocar seu público para o Flipagram, sem que eles saiam do *Youtube*, gerando conteúdo para as duas redes. Para interação “aproximada” ou para que Jacinto o veja ou reconheça, ele precisa que haja esse deslocamento para que possa também captar o conteúdo e gerá-lo em seu canal do *Youtube*.

O Vídeo 6 também se prende ao discurso do relacionamento amoroso, retomando, mais uma vez, o assunto. Mostra uma parte da sua vulnerabilidade humana para que o internauta se identifique com as situações vividas por ele.

É como um testemunho, pelo qual pôde contar ao público uma circunstância a ser superada, e que, ao final, acabou encontrando uma “varoa”. Apegado às profecias sobre o assunto, Jacinto também entende que o sucesso em sua “vida amorosa” se deve à “revelação” recebida durante uma vigília.

Esse apego às revelações e profecias também são elementos da identidade pentecostal. Segundo Alencar (2012, p.191), “profeta” é geralmente o título concedido à “irmã da igreja” que é reconhecida pelos demais fiéis por ter o “dom de profecia”. Quanto mais essa espécie de vidente acerta, maior é o seu reconhecimento na igreja, logo, passará a ser vista como “vaso muito usada [por Deus]”, “oráculo de Deus”. É, por vezes, apresentada como a “irmã do coque”.

Figura 10 – Playlist Gospel da Minha Vida Amorosa pelo Flipagram



Fonte: Canal “Tô Solto” (2017).⁵¹

Das interações nos comentários, o humorista inicia a discussão pedindo sugestões de temas para produções de novos vídeos, e em geral, obtém sugestões, como as seguintes: “faz crente pentecostal fazendo prova do Enem”,⁵² “pentecostal doente”,⁵³ “crente pentecostal fazendo prova de concurso sem estudar”.⁵⁴

Entre os comentários, há alguns que assimilam a proposta publicitária do vídeo.

“Tô Solto”, Eita querido, ficou pobre é, que agora posta vídeo direto kkkkkkk, tá repreendido eeeeeita glória, já tô vendo a chuva de benção, e de dinheiro na tua vidaaaaaaaaa abeeeeeeçooooooooooaaaaa senhor, Deus tem o melhor para ti querido e para vc que tá lendo o comentário TB, que Deus abençoe sua vida [sic].⁵⁵

Nota-se inicialmente o questionamento do internauta quanto aos possíveis ganhos financeiros com o *Youtube*, deliberado pela frequência de publicação de vídeos, que gera cliques e comentários, e a plataforma, a partir de um número de interações, monetiza o vídeo, gerando renda para o *youtuber*.

Baseado no princípio da Teologia da Prosperidade, que segundo Mcalister (2018, p.46) vem a ser “uma espécie de barganha entre o fiel e Deus. A ideia geral é simples: dê um tanto para Deus (leia-se, para a igreja ou o ministério que defende essa teologia) e Deus lhe dará de volta na mesma proporção.”

As igrejas neopentecostais são baseadas nesse princípio, as pentecostais são mais sutis quanto à finanças e a associação passa pelo termo “vitória”, nos jargões como: “Deus vai te dar a vitória”, “A tua vitória vai chegar” e “Toma posse da tua vitória”.

⁵¹ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=yWR45roq4tY&t=235s>

⁵² Comentário de Hian P, <https://www.youtube.com/channel/UC07genQf4cbQFIyffNbT-GQ>

⁵³ Comentário de Maria Inês Bernardo, <https://www.youtube.com/channel/UC4SpmMrafi8iNbrnYrPu8Qg>

⁵⁴ Comentário de Jizreel Lemos, <https://www.youtube.com/channel/UC7nKNnVoHsaGq46WfxVWYSg>

⁵⁵ Comentário de N1CK3, https://www.youtube.com/channel/Ucc_NvgvAs18G9dS3Q88Xf6g

Me lembro de quando vc gravava vídeos, em uma casa simples, quase sem uma boa aparência! Agora, apartamentos luxuosos, e tudo mais! Triste que as coisas de Deus usadas como sátira possam ainda enriquecer pelos likes ganhos, Jesus está voltando! [sic].⁵⁶

Neste comentário o internauta inicia uma discussão que remete à um possível voto de pobreza. Mesmo que não apresentado pelo humorista em nenhum dos vídeos em análise, a afirmativa do internauta provoca outra interação.

Lima lima ele grava na intenção de desconstrair, e outra só por que a pessoa é cristã q ela não pode ser rica ? Às vezes a pessoa é rica, mas ainda ela mantém a pureza dentro de si [sic].⁵⁷

Um diálogo baseado na construção evangélica da Teologia da Prosperidade, que prioriza o discurso em torno da bênção financeira através de uma positividade em aumento da riqueza material do evangélico. O “ser simples” desassociado do discurso de riqueza, quando feito o uso do humor, passando então a desconstruir o “coração puro” a partir da obtenção de ganhos financeiros.

Nota-se que o vídeo foi, possivelmente, gravado em um quarto de hotel, pelas características apresentadas na produção. O humorista faz shows em todo o país, com isso, ao viajar e ficar hospedado deve aproveitar a oportunidade para gravar parte dos conteúdos de seus vídeos. Há várias locações observadas durante as análises, algumas mais simples e outras onde constata-se a apresentação de um cenário mais elaborado.

4.7 Vídeo 7 - Reagindo aos pentecostais

O Vídeo 7 é complementar ao anterior, feito a partir do convite do humorista à seu público para que instalassem o aplicativo Flipagram. No vídeo 6, o humorista lançou o desafio, citado na seção anterior, a partir do qual receberia vídeos dos internautas, com sátiras à realidade pentecostal, selecionaria, analisaria e gravaria um novo vídeo para seu canal no *Youtube*, onde comentaria os esquetes enviados pelo público.

⁵⁶ Comentário de Lima lima, https://www.youtube.com/channel/UCiGIG_dFcEKEOzwpmnDgruQ

⁵⁷ Comentário de Anderson Baia, <https://www.youtube.com/channel/UCn8K6z6QZbC--wlfqXFadTg>

Quadro 11 – Análise do Vídeo 7

| | |
|---|---|
| Vídeo 7 | REAGINDO AOS PENTECOSTAIS “Tô Solto” |
| Duração | 7 minutos e 59 segundos |
| Descrição | Após solicitar vídeos pentecostais de seu público, o pastor Jacinto analisa os vídeos enviados por internautas por meio da plataforma Flipagram e os comenta. |
| Percepções da gravação e roteiro | <p>Qualidade Técnica: Nota-se que o Vídeo 7 foi gravado de uma câmera semi-profissional, possivelmente tendo como cenário um quarto de hotel. Em vários momentos há falta de foco na imagem e boa captura de áudio. Há uso do recurso de edição de divisão de telas, onde o humorista aparece assistindo e analisando vídeos enviados por seus seguidores.</p> <p>Narrativa: O personagem abre o Vídeo 7 cantando o corinho – “Visitante seja bem-vindo”, marcando como saudação aos internautas que o assistem. Depois se apresenta e ressalta que já bateram a meta de 1 milhão de inscritos no Canal. Na sequência, informa que pediu para os seguidores baixarem o aplicativo Flipagram, que ele comentaria os vídeos pentecostais, e pede que sigam e curtam o canal para que possa bater novas metas, ressaltando que o ato de curtir não é dízimo e nem oferta, é apenas para os seguidores não perderem as notificações de vídeos novos. O primeiro vídeo analisado é de @elizzabarroso que está de vestido longo e simula uma dança com a vassoura ao som de uma música que fala sobre o “deixar o espírito santo envolver”, Jacinto comenta como “vassoura de Deus”, e segue para o vídeo seguinte, que é de uma menina simulando, ao som de uma música pentecostal, os movimentos chamados de “mover do espírito santo”, em que a pessoa gesticula, pula e roda, como se tomada por uma força sobrenatural, Jacinto enfatiza o cabelo da menina como grande e de assembleiana. O seguinte traz um jovem com roupa social e gravata, simulando orações de joelho, uso de Bíblia e toalha em mãos, cantando um cântico e falando sobre “girar no manto”, também simulando movimentos de êxtase do “mover” no “mistério do espírito santo”. Jacinto comenta outros vídeos com esse perfil de imitação e frases de repulsa ao demônio, enfatizando que está sentindo o “mistério” assistindo aos vídeos. Depois analisa um vídeo paródia, em que fala sobre “girar no manto” e por fim, uma pergunta de outro internauta, que também faz humor, sobre se o Jacinto prefere uma “varoa” bonita e “encapetada” ou feia e santa? Ele responde que prefere a bonita, pois pede de Deus autoridade para expulsar o “capeta”, mas a feia não teria “como dar jeito”.</p> |

Fonte: O autor (2019).

4.7.1 Observações e análises do Vídeo 7

Várias situações do cotidiano evangélico são apresentadas no Vídeo 7. Frases e gírias, além de sátiras ao movimento de êxtase também reconhecido como “entrar no manto” ou “entrar no mistério”, que enfatiza manifestações do sobrenatural para um pentecostal. Como parte do vídeo, os internautas participaram e interagiram a partir do aplicativo Flipagram, e alguns foram analisados pelo personagem.

A temática concernente ao “mover do espírito santo”, “manto” ou “mistério”, que é do movimento de êxtase, nas denominações pentecostais, trata-se de elemento sagrado e reverenciado como manifestação do Espírito Santo, em que Deus “usa” os seus servos fiéis para que produza algo no seio da igreja.

Há revelação de algo ou profecia, mas regado a movimentos involuntários como ações de rodar, batidas de palmas intensas, entonação de voz, marchas intensas e a glossolalia completam o processo de transe, que não é manifestada em todos, mas que alguns as conduzem durante os cultos e reuniões focadas em libertação, cura e milagres.

O pesquisador Alencar (2012, p.225) ressalta em sua tese que a vida cotidiana do pentecostal é “cheia de ações, práticas empíricas e, notadamente, racionalizadas”, e não se vive em “êxtase” sempre. Trata-se de um fenômeno ocasional e não manifestável em todas as pessoas.

O autor também escreve sobre histeria coletiva, quando referencia o Gideões Missionários⁵⁸, como um grupo de assembleianos que realiza um congresso anual em Santa Catarina, e reúne várias personalidades do cenário pentecostal. “Emoção, sim. Gritar, pular, chorar, abraçar o vizinho, e, no caso, falar em línguas é um êxtase compulsório, coletivo e histórico” (ALENCAR, 2012, p.225).

Esse momento de histeria coletiva é um elemento pentecostal, tanto quanto a representação da “irmã do coque”. O líder da igreja, geralmente um pastor, é reverenciado nesses momentos, caracteristicamente com uso de terno e um lenço ou toalha de apoio para que, durante as pregações, sermões ou explanações bíblicas, venha se limpar, se estiver soando por, emotivamente, falar aos fiéis.

O Vídeo 7 destacou o “êxtase” e mostrou como a mensagem de Jacinto chega a seu público, que respondeu ao pedido feito no Vídeo 6, quando o personagem apresentava as funcionalidade da plataforma Flipagram. Foram feitas paródias e imitações de pentecostais e o personagem analisou os vídeos com as cenas curtas, deixando inclusive os endereços de perfis dos vídeos analisados.

Nas participações dos internautas, nota-se a representação de um pastor pentecostal. Em um deles, isso fica evidente nas vestimentas, nas atitudes, na forma de falar, entonação de voz, “demonização” exacerbada das coisas e na forma de agir. Nesse sentido, é perceptível a identidade pentecostal, inclusive por outro olhar, que não o do humorista.

⁵⁸ Gideões Missionários da Última Hora, Disponível em: <https://www.gideos.com.br/historia/>. Acesso em: 9 abr. 2020.

A marca pentecostal não se limita a uma igreja específica, mas à construção social que vai sendo tecida por elementos como as vestimentas, o agir, a linguagem, a espiritualização dos elementos evangélicos e “demonização” do que possa julgar-se ser ruim ou de oposição ao entendimento doutrinário.

Cabe, nesse sentido, a justificativa para o “brincar com as coisas de Deus”, pois a sacralização de elementos como as manifestações do Espírito Santo geram, repulsa ao conteúdo proposto por pelo humorista, quando “zoa” ou “zomba” de um elemento que é visto como “divino” e defendido por alguns pentecostais.

Essa defesa não é unânime, e inclusive doutrinas evangélicas protestantes como de denominações tradicionais de missão, históricas e outras que não cultivam a prática da manifestação sobrenatural de êxtase e “mistério” discordam do movimento pentecostal, pois o julgam como algo que não é necessário ou apenas conduzido por emoção.

O movimento decorre nas igrejas pentecostais a partir de membros ditos batizados com o Espírito Santo, ou seja, que passaram por um rito de intensidade emocional e começaram a reproduzir a glossolalia e os gestuais característicos. E parte dos que o almejam com a justificativa de edificação e relacionamento de intimidade com Deus.

Segundo a CBB (2017), o “recebimento do Espírito Santo sempre ocorre quando os pecadores se convertem a Jesus Cristo, que os integra, regenerados pelo Espírito, à Igreja”, e para a CPAD (2019), é “o batismo no Espírito Santo, conforme as Escrituras, que nos é dado por Jesus Cristo, demonstrado pela evidência física do falar em outras línguas, conforme a sua vontade”. A CBB é órgão representativo dos batistas brasileiros (tradicionais de missão), e a CPAD representa os assembleianos (pentecostais).

Há, portanto, divergências de doutrinas sobre o batismo com o Espírito Santo entre igrejas protestantes e, internamente nas Assembleias de Deus e outras pentecostais, a concepção é praticamente a mesma, manifestada através do dom de “línguas estranhas”.

O Vídeo 7 faz a representação da cultura pentecostal e alguns internautas interagiram com comentários de repulsa ao conteúdo, em sua maioria, justificando-os com um vídeo que traz um conteúdo que não tem temor e que “brinca” com as coisas de Deus.

Figura 11 – Reagindo aos Pentecostais pelo Flipagram



Fonte: Canal “Tô Solto” (2017).⁵⁹

Os comentários aos vídeos postados no *Youtube* podem ser feitos por qualquer internauta que vincule uma conta de e-mail à plataforma. Não são necessárias muitas informações para conseguir a aprovação de um perfil, e, portanto, nem sempre são dispostas informações mais completas sobre os dados do perfil.

Com isso, identificar os internautas, a partir de uma visita a seu perfil não revelará muito de quem é, mas na pesquisa, consideramos que há, ainda que hipoteticamente, um conhecimento mínimo para decodificação da mensagem proposta pelo humorista em seu Canal.

Não significa que os comentários são integralmente feitos por evangélicos, que é o público principal a ser atingido com os vídeos, segundo a perspectiva do humorista, mas em rede, na dimensão do ciberespaço, se torna intangível identificar a origem de fé dos internautas que interagem.

Com essa limitação, parte-se dos comentários a descoberta do efeito da mensagem. Do enunciado deixado em comentários pelo internauta, o quê ele quer dizer? De que forma? E por quê?

Tem toda razão: Tudo desviado... infelizmente. Essas crianças estão aprendendo a Temer a Deus? Com certeza não, estão aprendendo a zombar das coisas Sagradas. Jesus disse: "Mas qualquer que fizer tropeçar um destes pequeninos que crêem em mim, melhor lhe fora que se lhe pendurasse ao pescoço uma pedra de moinho, e se submergisse na profundidade do mar". (Mt. 18:6) [sic].⁶⁰

Acho que já existe muitas pessoas que brincam com as coisas de Deus, e acho que o senhor já está pegando pesado. Coitada de mim não sou nada pra julgar ninguém. Mas perdeu a graça os seus vídeos [sic].⁶¹

⁵⁹ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=MUNL1xGYtFQ&t=21s>

⁶⁰ Comentário de Conexão Bíblica, <https://www.youtube.com/channel/UCia-l-Dos3irhVkrdlB8JaA>

⁶¹ Comentário de Nayara Acantara, <https://www.youtube.com/channel/UCJiH9XrHobrKJi1z1zdcfRw>

Quando as mão de Deus cair sobre vc não vai adiantar fazer retiro espiritual Deus não é palhaço como vc .. [sic]⁶²

Segundo Alencar (2012), o batismo com o Espírito Santo é um ritual de passagem, que significa ser um pentecostal “revestido do poder”, ou seja, o “batismo de fogo” como sinal da “plenitude do Espírito Santo” ao “falar em línguas” ou na “língua dos anjos”. É um dos princípios mais respeitados no pentecostalismo, e qualquer sátira ou referência ao “mover”, que leve ao riso, é como se atacasse diretamente a Deus. Muito associado ao “usar o nome de Deus em vão” ou blasfêmia.

“Já sinto o manto” é o trocadilho do nome do personagem, e toda a representação de seu conteúdo é enfática nesse elemento sobrenatural de “mover”, fica evidente a desconstrução do pentecostal, quando comentários de internautas o julgam de forma negativa pelo conteúdo apresentado no vídeo e, não consideram a proposta humorada do Canal. Mesmo que haja discordância em outros vídeos, vários comentários são mais enfáticos nesse.

Percebe-se que, há uma preocupação do personagem em como se portar em sociedade, baseada em seus atos. Quando ele está fazendo uma corrida de Uber, apresenta uma *playlist* musical ou ainda sites e aplicativos de namoro, e mesmo sendo um elemento pentecostal, na figura do pastor há comentários positivos, mas ao referenciar algo sagrado, é visto como problema e, portanto, recebe comentários negativos de internautas.

Nota-se, que há ambivalência entre o público do canal, e nem sempre quem concorda com o conteúdo dos vídeos, está pronto a “rir” das brincadeiras do humorista. Percebe-se que a moralidade religiosa é limitada de forma diferente para cada internauta e a fronteira do aceitável nem sempre é o mesmo para cada um dos internautas. No entanto, o limite do permitido ou não nos vídeos é feito pelo próprio humorista.

4.8 Vídeo 8 – GPS pentecostal feat. El Gato

O Vídeo 8 mostra Jacinto dirigindo seu carro a caminho da igreja. No contexto do vídeo, as situações vividas pelo pastor até chegar ao seu destino. Tem como plano de fundo um GPS interagindo com ele durante o percurso.

Há a participação de outro humorista evangélico, o Rodrigo Fernandez, que na época do lançamento do vídeo, também produzia conteúdo de humor no *Youtube*. Rodrigo teve

⁶² Comentário de Sergio Coelho, <https://www.youtube.com/channel/UCDIRjVhykSfu5XPdCBBs6eg>

reconhecimento por meio do canal “Rodrigo F Gamer Respeita”,⁶³ ao gravar vídeos narrando suas partidas no jogo *Free Fire*, onde usa o *nickname* El Gato e deixou de produzir os vídeos com conteúdo evangélico.

Quadro 12 – Análise do Vídeo 8

| | |
|---------------------------|---|
| Vídeo 8 | GPS PENTECOSTAL feat. EL GATO Tô Solto |
| Duração do vídeo | 6 minutos e 4 segundos |
| Descrição do vídeo | Pastor Jacinto vai ao culto de carro, mas está atrasado e é guiado pelo sistema de GPS, que ele chama de Pentecostal. |

⁶³ Disponível em https://www.youtube.com/channel/UCZF-E96KcMU1GQGaV-R7_-A

| | |
|--|---|
| <p>Percepções da gravação e roteiro</p> | <p>Qualidade Técnica: Nota-se que a locação do Vídeo 8 é dentro de um carro, com imagens captadas, possivelmente com um smartphone, com o carro em movimento. Há boa captura de áudio e o enquadramento em primeiro plano.</p> <p>Narrativa: Jacinto inicia o vídeo entrando no carro e reclamando que está atrasado para o culto, e ao tentar ligar o carro, a “voz feminina” do GPS informa que o veículo só funciona com uma oração. Prontamente, o pastor clama a Deus para que não haja radares no trajeto, pois são “enviados por Satanás para tirar nosso dinheiro”, e pede para que a gasolina seja multiplicada, pois está na reserva de combustível. Ao tentar dar partida no carro, novamente é informado pelo GPS de que precisa colocar o cinto de segurança para que seja livrado da multa, e pergunta o destino. Jacinto responde: “rua Conselheiro Nébias” – fazendo referência a uma glossolalia também comum no meio pentecostal, e o GPS diz que o nome da rua é “forte”, que vai cantar um “corinho de fogo”. O GPS continua orientando o pastor em seu trajeto, chamando-o de “desviado” quando não segue as instruções. Jacinto sempre responde com “xingamentos” também. Em um momento do percurso, o GPS aponta que, em alguns metros, há um “trabalho feito para acabar um casamento”, pede para que o pastor repreenda, e assim ele o faz, pedindo a Deus que a “galinha” ressuscite. Em um semáforo, outro personagem, que interpreta um mendigo, entra em cena e aborda o pastor Jacinto pedindo a doação de 1 real para comprar comida. Antes de o pastor responder, o GPS diz que é mentira do pedinte, pois ele usará no dinheiro para comprar bebida alcoólica. Jacinto acredita e acelera o veículo sem dar nenhuma contribuição. Na cena seguinte, ainda dentro do carro, o pastor Jacinto entra em discussão com o GPS e ele diz que vai jogar água no aparelho. A voz feminina do GPS o repreende, e ele joga a água. O GPS diz estar “pegando um vírus” e muda o timbre de voz e diz, dizendo que é “Annabelle”. Ainda dirigindo, o pastor começa a repreender o GPS para que seja expulso “em nome de Jesus” – referência ao exorcismo (prática comum em igrejas pentecostais). O vídeo segue com o veículo de Jacinto sendo batido por outro carro e começa uma série de xingamentos com base em referências bíblicas, como, “infeliz”, “incircunciso”, “filho de uma meretriz desviada”, “filho de Belial”, “Satanás do inferno”, “sua mãe vai tomar no tanque de Betesda”, “árvore que não dá fruto”, “jumenta de Balaão”, “cego Bartimeu” e “cego de Jericó”. De repente o carro para e o GPS diz que Jacinto usou “palavras profanas”. Por causa disso será colocado em disciplina durante 3 meses e o carro não andará. Jacinto sai do carro e recebe ajuda do mesmo pedinte da cena anterior. O GPS informa ao pedinte que ele deve sair da cachaça, pois Deus tem uma obra na vida dele, e que para o carro funcionar, o pedinte deve fazer uma oração. Ele sai do carro por não saber orar. O vídeo encerra com o pedido de seguidores e já com entonação natural, o humorista fala sobre o show de <i>stand up comedy</i> que está fazendo pelo país, levando “humor” e “edificação”, narrando a agenda por quais cidades vai passar com a turnê.</p> |
|--|---|

Fonte: O autor (2019).

4.8.1 Observações e análises do Vídeo 8

Há vários elementos recorrentes à cultura evangélica que podem ser observados na construção da narrativa do Vídeo 8. Entre eles, a fuga da legalidade, quando o pastor se recusa

a usar o cinto de segurança e quer fugir da fiscalização; a demonização das práticas de outras religiões, tratando o “trabalho” como algo ruim, apenas por pré-julgamento; o filme de terror “Annabelle”, que tem uma boneca como protagonista, que age através de forças demoníacas atormentando pessoas; a falta de compaixão e da caridade quanto ao pedinte; além de um acidente de trânsito em que o pastor se altera.

Para Mariano (2007, p.126), há, portanto, intolerância religiosa, pela crença que os pentecostais também têm na “existência, nos poderes e na intervenção cotidiana de espíritos do mal”, e, com isso, protagonizam “violência simbólica”, que “estigmatizam, desqualificam e rebaixam moralmente os adeptos dos cultos afro-brasileiros, bem como suas crenças e práticas religiosas”.

O verdadeiro cristão, além de ciente disso, está diretamente incumbido pelo próprio Deus da missão de combater as forças das trevas, para realizar a obra divina e, com isso, reverter os efeitos da ação demoníaca, cujo principal objetivo consiste em desviar os homens do caminho estreito da salvação (MARIANO, 2007, p. 129).

Nesse sentido, o autor resgata a dualidade entre a relação Deus e Diabo, e a defesa da difusão de crenças e práticas mágicas e milagrosas de quando Cristo esteve na terra, conforme relato bíblico, e pondera sobre a disseminação da “crença na ação e poder maléfico do diabo e dos demônios sobre a humanidade”, realização de rituais de exorcismo, e do evangelismo como missão “conversionista e salvacionista e de combate às forças demoníacas”.

O discurso e o comportamento como os demonstrados no vídeo 8 representam, ainda que de maneira figurada, como se porta um pastor pentecostal no cotidiano. Jungblut (2003, p.35) ressalta que uma das principais palavras de ordem no meio evangélico é a “libertação”, onde o crente é exortado a se libertar de “uma série de coerções que sobre ele agiriam (...) e obstacularizariam sua autonomia no mundo”.

Nesse sentido, é necessário um engajamento em uma batalha espiritual, como um combate a essas forças, ditas demoníacas, “que tornam o ser humano como que uma criatura teleguiada por Satanás, constrangida em todas as formas e a realizar inconscientemente no mundo somente a vontade deste ente maligno”, (JUNGBLUT, 2003, p.35).

No Vídeo 8, o objetivo do personagem é chegar ao culto e há situações, nesse percurso que ele vive, que de alguma forma o atrapalham ou interferem a concretização do seu objetivo. Jacinto revela-se em cada uma das situações com atitudes, que o identificam em sociedade.

Ele está atrasado por que o almoço – uma macarronada de domingo – não ficou pronta no horário. Está sob pressão, pois além de atrasado tem as intempéries de quem dirige

um veículo, como por exemplo, o estado do carro, o trânsito e os pedintes, cena comum nas ruas e semáforos das grandes cidades brasileiras.

O GPS funciona nesse caso como uma voz que pode ser percebida como sendo do Espírito Santo, um “eu” interior que o direciona e o conduz não apenas no trânsito, mas inferindo em sua vida.

Não há diferenças exorbitantes de alguém que professe alguma fé diferente da de Jacinto e esteja conduzindo um veículo. O procedimento de quem dirige é o mesmo, de segurança, colocar o cinto, velocidade da pista, multas e outras situações. No entanto, a forma como o personagem vê cada uma delas, que o diferencia e revela da sua identidade pentecostal.

Durante o processo de pesquisa e leitura de outros autores, a questão da identidade pentecostal é sempre apresentada por um prisma complexo. Não há limitador para justificativa do diferente e os posicionamentos variam, pela condução e entendimento bíblico, pela moral e costumes da doutrina.

Portanto, na pesquisa considerou-se o pentecostal como parte do ecossistema e não desassociado do meio. As pontes estão construídas interligando as redes, e há nós que são essenciais nos processos comunicativos para a construção da teia da representação dele em sociedade.

Neste sentido, corrobora-se no questionamento de Campos (2008), que não vê apenas como um recorte do pentecostal, mas amplia o olhar e percebe os protestantes no emaranhado ecossistêmico.

Como fica a identidade protestante dentro desse cenário que está crescentemente se tornando hegemônico por parte do pentecostalismo (novo ou tradicional)? Parece-nos que a preservação de uma identidade construída há tempos é cada vez mais difícil. Por outro lado, forças voltadas para a preservação dessas igrejas protestantes e tradicionais, se pentecostalizam cada vez mais, reproduzindo no interior delas novas formas de ser protestante ou evangélico, que fariam corar de vergonha os seus pioneiros. Com isso o cenário se torna confuso, assim como as identidades religiosas nele ancoradas (CAMPOS, 2008).

Pode-se notar, a partir da fala do autor, que os pentecostais passam por um processo de transformação cultural e social. Os pentecostais do início do século XX, período em que chegam ao Brasil, ainda que tivessem mantidos elementos, foram transformados na contemporaneidade. A cultura pentecostal ecoa a partir de múltiplas vozes e a tecitura da identidade cresce abraçando elementos sociais no meio.

Diante desse processo, nota-se a ressignificação de vários elementos da cultura pentecostal. Em sociedade, podem ser vistos sem que haja uma diferenciação do ser ou não pentecostal, professar ou não alguma fé.

No personagem, pelas situações retratadas no Vídeo 8 e as respostas obtidas, nota-se uma representação moral que não condiz com sua identidade, ou que se espera não condizer, pela mensagem de “boas novas” referenciada na Bíblia.

Figura 12 – GPS Pentecostal com participação de Rodrigo “El Gato” Fernandes



Fonte: Canal “Tô Solto” (2017).⁶⁴

Na interação por comentários, alguns internautas levantam o posicionamento do pastor no Vídeo 8. Neste momento, a moral de ser evangélico e o papel social foram questionados por internautas.

Jacinto na parte que chega o Homem pedindo dinheiro, era pra o Senhor dar um Panfleto evangélico e falar a ele que nem de Pão viverá o Homem e graças a Deus e aos seus vídeos retornei ao caminho do Senhor Através de seus humor gospel fui evangelizado [sic].⁶⁵

Nota-se que, nesse comentário, há uma cobrança na atitude que o pastor pentecostal deveria ter tido, ao invés de deixar o pedinte para trás, de certa forma, aproveitado o momento e praticar o evangelismo, que é uma das formas de propagar o evangelho de Cristo.

O internauta o questiona na desconstrução de uma ação esperada, no entanto, dialoga com o autor do personagem, enfatizando que foi evangelizado através dos vídeos de humor do canal, ou seja, no processo comunicativo, há produção de efeito direto sobre o internauta que se reconciliou com a doutrina evangélica, mesmo não deixando claro sua denominação.

Em outro comentário, observa-se a percepção do internauta quanto a verdades e mentiras na narrativa do Vídeo 8.

⁶⁴ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=aF5GPPnfLcI&t=54s>

⁶⁵ Comentário de Lynho Magnat, https://www.youtube.com/channel/UCcwFN5EUjA6CAtGO_hSUZyw

Muito engraçado gostei... Mas no final ñ dava pra encerrar com oração de vdd?? Vcs ñ sabem como tá a vida de quem assiste vcs. Muitos que riem Tbm choram depois quando se deparam com a realidade [sic].⁶⁶

Para os padrões morais religiosos, a mentira é pecado. Logo, a construção da narrativa do vídeo baseada em casos do cotidiano evangélico é mentira? Ou é de “mentirinha”? É um ponto que abre outra discussão ampla, da qual não nos empenhamos neste estudo de caso.

Contudo, ao considerar-se como mentira, toda a representação do evangélico feita pelo humorista, através do personagem, estará à margem do discurso cristão, portanto, o humorista, baseado em seus princípios religiosos, não deveria fazê-lo. Mas, há na descrição do site oficial do humorista, de que seu trabalho baseia-se em humor para edificação, ou seja, ajudar as pessoas através do riso a se aproximarem de Deus.

Essa observação parte da “cobrança” feita pelo internauta, da necessidade de o vídeo trazer uma “oração de verdade”. O personagem faz uma oração para exorcizar o GPS, que de repente muda de voz, dizendo ser a personagem “Anabelle” durante o Vídeo 8 que não termina com oração, mas com um convite do humorista para que o público curta suas redes sociais e acompanhe a agenda de shows pelo país.

O humorista reserva mais tempo de seu vídeo para anunciar a agenda de shows de *stand up comedy* (apresentações de humor em que o comediante fica em pé contando casos do cotidiano em forma de piada) com Jacinto. Verifica-se, a partir dessa fala e a quantidade de cidades que o humorista vai passar com o show, a dimensão que o personagem tomou e a necessidade de sair do ciberespaço para atender a seu público, com apresentações em teatros e em igrejas.

O personagem se desloca da plataforma virtual e ganha espaço nas igrejas. A estratégia de publicização, de Jacinto é chancelada pelo público que terá a oportunidade de interagir com o humorista em apresentações artísticas. O perfil de webcelebridade é ressignificado, conquistado outros espaços e, portanto, um público maior.

4.9 Vídeo 9 - Pentecostal no *Crossfit*

O Vídeo 9, o último que nos debruçamos analisando para esse estudo, se insere no contexto da saúde. O personagem está praticando atividade física baseada no *Crossfit* – treino

⁶⁶ Comentário de Kennedy Los Santos, <https://www.youtube.com/channel/UCqZk7JAFQhZ-iZw2PkINxwg>

de auto-impacto que combina diferentes exercícios para um condicionamento físico mais completo - não deixa as referências bíblicas e constrói sua narrativa a partir de situações que podem ser úteis para a representação do papel de evangélico em sociedade.

Quadro 13 – Análise do Vídeo 9

| | |
|---|--|
| Vídeo 9 | PENTECOSTAL NO <i>CROSSFIT</i> - Pr. Jacinto Manto Tô Solto |
| Duração do vídeo | 4 minutos e 37 segundos |
| Descrição do vídeo | O Vídeo 9 mostra a relação do indivíduo pentecostal com a prática do <i>crossfit</i> , elementos da cena evangélica adaptados aos nomes dos exercícios, gírias características e vestimentas. |
| Percepções da gravação e roteiro | <p>Qualidade Técnica: A locação é externa e há movimentos de câmera. Neste caso está sendo operada por um cinegrafista ou equivalente. Há uma boa captação de áudio. O vídeo está em alta definição e na edição de imagens foram trabalhados efeitos e transições entre cenas.</p> <p>Narrativa: O vídeo começa com um anúncio de “<i>Crossfit</i> para crente” em uma placa fincada em um monte. Jacinto se apresenta como o instrutor e está de terno, com exceção da calça, que foi substituída por bermuda. O treinador convida quem está passando pelo local para “perder peso do pecado”. Um “querido” que ia “subir ao monte” (momento em que o evangélico busca por meio da oração, em um monte, se aproximar mais de Deus), aceita a proposta. De roupa social e gravata, o “varão” aceita o treino de <i>crossfit</i>, pergunta porque o Jacinto está de bermuda, se ele está “em pecado”. O pastor responde que está com uma “bota subidora de monte” e uma “bermuda de Moriá”, referenciando uma cidade bíblica que tinha o mesmo nome. Começam com os exercícios de aquecimento, por exemplo, “olhar para o irmão da esquerda e olhar para o irmão da direita”, frases recorrentes nas reuniões e cultos evangélicos, no momento em que os pastores dirigem a reunião e pedem para que os membros saúdem pessoas próximas. Outros exercícios são “subir o monte” e “sobe Zaquau”, referenciando um personagem bíblico que sobe em uma árvore para ver Jesus passar, conforme descrito no livro do Evangelho de Lucas, capítulo 19, do Novo Testamento. O “evangelismo do ateu” é quando o “varão” sai para fazer panfletagem e o “ateu” corre e o evangelizador corre atrás, bem como o “correndo da mulher de Potifá”, que é outra personagem da Bíblia que acusa José de tê-la atacado sexualmente, sem ele ter feito nada, conforme descrito em Gênesis, capítulo 39, do Antigo Testamento. Em “esmaga a cabeça da serpente” o “varão” se põe saltitante, como que pisando com força, rapidamente e repetidamente, simulando esmagamento de uma serpente, que é no contexto evangélico, associada ao demônio. O vídeo encerra com o convite para que os internautas possam curtir o canal, também apresenta o convidado e anuncia os perfis nas redes sociais para que as pessoas possam segui-lo.</p> |

Fonte: Os autores (2019).

4.9.1 Observações e análises do Vídeo 9

Percebe-se que há, no Vídeo 9, o exagero no uso de gírias e referências do contexto bíblico e talvez isso torne o canal mais atrativo e próximo da realidade pentecostal, no entanto, reafirma a identidade social de um evangélico que vive em meio à sociedade.

Não há dissociação de, por ser pentecostal, se ter o dever de praticar atividade física, pelo contrário, o vídeo narra a importância da atividade física. Destaca-se que a vestimenta é valorizada, e a bermuda usada por Jacinto é questionada. Há variações doutrinárias de cobranças entre as igrejas pentecostais, e no caso da Assembleias de Deus, quanto mais distante dos centros das cidades, mais intensas as regras de moral, costumes e conduta.

Segundo Alencar (2012, p.74), há um abismo comportamental entre igrejas-sede e congregações, “no que tange as vestimentas femininas ou a proibição de praticar esportes para os homens, são raras e tímidas, mas nas congregações os que infligirem essas interdições são ‘disciplinados’ compulsoriamente”, ou seja, quanto mais centralizada a igreja menor a cobrança no comportamento.

As vestimentas sempre foram um dos grandes choques de cultura pentecostal, bem como o uso de calças por mulheres. A justificativa é baseada em Deuteronômio 22:5, no Antigo Testamento, que explana sobre “a mulher não usar roupas de homem, e o homem não usar roupa de mulher, pois o Senhor tem aversão por quem assim procede”.

O personagem se justifica quanto à sua vestimenta e refere-se ao cuidado de não evidenciar ou demonstrar sensualidade, reforçado pelo texto bíblico de I Timóteo, capítulo 2, do Novo Testamento, que traz reflexões a respeito do assunto.

Durante o processo histórico de constituição das Assembleias de Deus, Alencar (2012, p.229) ressalta que houve um rigoroso legalismo nas orientações de usos e costumes. O autor pondera que isso “sempre foi indicado como impedimento para as classes sociais mais abastadas aderirem a causa para os jovens abandonarem a igreja”.

Esse teórico vê que os costumes passaram por um processo de resignificação, e ainda que tendo seu uso flexibilizado pela igreja pentecostal, não foram abandonados. Nesse sentido, aponta um problema para a construção da narrativa pentecostal, principalmente ao dialogar com a juventude. Sinaliza-se, assim, que apesar do apego doutrinário, há uma possível modernização dos usos e costumes.

Figura 13 – Pentecostal no *Crossfit*



Fonte: Canal “Tô Soltto” (2017).⁶⁷

A partir de um comentário inicial, fixado pelo humorista, sobre ficar “*fitness*” (ideia de ter definição no corpo a partir da prática de atividades físicas, e unido ao mesmo tempo), as discussões em torno do vídeo se iniciam.

Novamente, muitas frases repetindo trechos das falas, sugestões de temas para outros vídeos e a discussão do certo ou errado no conteúdo dos vídeos do Canal. Dois comentários dimensionam realidades distintas de onde a mensagem está chegando.

Sou seu fã, vc pode curar pessoas com depressão, vc tem o dom de fazer as pessoas sorrirem! Deus abençoe você cada vez mais [sic]⁶⁸

Eu choro de rir, sucesso para você. Ah eu sou Umbandista e compartilho seus vídeos com meus Irmãos de Fé. [sic]⁶⁹

O primeiro comentário mostra um testemunho (relato) da relevância de produção do humorista, associado à saúde mental, levando o riso às pessoas com depressão. Segundo dados do Ministério da Saúde (2020)⁷⁰ a depressão é um problema médico grave e a prevalência entre os brasileiros, ao longo da vida está em 15,5%. As causas podem ter várias origens, entre elas, a genética, a bioquímica cerebral e eventos vitais, que desencadeiam a doença.

Entre os sintomas, segundo o Ministério da Saúde (2020), está o de ter o humor depressivo com a sensação de tristeza, autodesvalorização e sentimento de culpa. O órgão disponibiliza vários artigos de estudos sobre a gelotologia (estudo do riso), os efeitos e benefícios do riso para a saúde.

⁶⁷ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=8nFTwlhF5Z0&t=44s>

⁶⁸ Comentário de Everton Rodrigues, https://www.youtube.com/channel/UCoaSIDEWhIk8KgU_6jc-bhw

⁶⁹ Comentário de Elaine Souza, https://www.youtube.com/channel/UCv-hv_-bIE3A6gyHjektivW6A

⁷⁰ Ministério da saúde: O que é depressão, <https://saude.gov.br/saude-de-a-z/depressao>.

No momento do riso, é liberado no organismo o hormônio endorfina, que atua na redução do estresse e que associado a outros hormônios, ajuda na recuperação de pacientes com depressão.⁷¹

Por outro prisma, o processo de cura é algo recorrente dentro do pentecostalismo. Para Wulforth (1995), as primeiras igrejas pentecostais brasileiras sempre cultivaram em suas doutrinas a cura divina, bem como o batismo com Espírito Santo e o dom de línguas. Na igreja do Evangelho Quadrangular, a pregação da cura divina é uma das características e faz parte do lema da denominação.

O humorista não responde o comentário, mas na interação, nota-se que o internauta apontou a questão do dom. Para o cristianismo, os dons são dádivas de Deus, um presente que vai da vida, perpassa os talentos e se dá de forma sobrenatural.

Entre eles, o do Espírito Santo, que está registrado nos trechos bíblicos de Atos, capítulo 2, no Novo Testamento, descrevendo o evento de Pentecostes, e em I Coríntios, capítulos de 12 a 14, no Novo Testamento, que ressalta uma série de dons, como falar em línguas e o amor.

Os pentecostais insistem que todos os crentes recebem dons do Espírito Santo (...). De fato essa compreensão leva a uma participação muito viva de todos os presentes durante o culto e quase todos são ativos na sua congregação (...). Existe no pentecostalismo inclusive uma hierarquia nos dons, demonstrando-se especificamente na glossolalia, que é considerada um dos mais altos, e às vezes se tem a impressão de que é o mais alto (WULFHORST, 1995, p. 16).

Neste sentido, pode-se considerar que Vini, como humorista, exerce certo tipo de dom, dada a forma como ele se apresenta e influencia o público. Mas, não nega um posicionamento mercadológico, como produtor de conteúdo para *Internet*, e o exercício profissional disso, de onde tira o sustento financeiro.

Com esse ponto, não há, em princípio, um questionamento maior, dada a realização de várias funções com dons nas igrejas. O pastor, os cantores e outros, que vivem e se sustentam a partir do exercício de seus dons.

No segundo comentário, é mostrado outro público alcançado. Na interação, a internauta se apresenta como umbandista (religião de matriz africana) e demonstra reconhecimento ao humorista. O ato de compartilhar os vídeos do Canal com os “irmãos na

⁷¹ Ministério da Saúde: Dia internacional do Riso - sorrir faz bem à saúde, <http://www.blog.saude.gov.br/index.php/promocao-da-saude/53724-dia-internacional-do-riso-sorrir-faz-bem-a-saude>

fé” reforça a ideia de motivação e engajamento do público, conforme defendido por Jenkins, Green e Ford (2014).

Não se consegue identificar a identidade da internauta, no entanto, mesmo ela, a partir do comentário, afirmando ser de outra religião, conseguiu decodificar a mensagem do humorista. A proximidade religiosa pode ser um dos motivos pelos quais haja a associação de conteúdo, é, porém, um indício de onde a comunicação se insere.

Há, sobretudo, uma mensagem decodificada. A partir da perspectiva dos ecossistemas comunicacionais, o objeto – sujeito se desloca por onde os fenômenos podem ser percebidos. E vários, dos pontos e nós das teias na tecitura da comunicação, converge ao sentido que a mensagem da cultura pentecostal pode significar e ressignificar.

4.10 Perspectivas Ecológicas

O sociólogo Castells (2004) conceitua a *Internet* como “tecido de nossas vidas”, ou seja, “passou a ser a base tecnológica para a forma organizacional da Era da Informação: a rede”, como um conjunto de nós interconectados.

Quando se busca entender a *Internet* como parte de rotinas e contextos de vida e construção social, percebe-se a importância e a dependência das relações interconectadas pela rede construída a partir da mediação do computador, evidenciada através dos processos comunicacionais. Neste estudo, vários desses “nós”, que interligaram elementos religiosos, a partir da rede, foram destacados.

Para Souza (2009, p.6), o impacto do fenômeno das redes sociais, considerado por ele como de massa, muda a forma de criação, uso e circulação de conteúdos na *Internet*, pois, “devido à dinâmica do sujeito contingente e movente, as redes são voláteis, líquidas, mas espessas e consistentes”.

Nesse sentido, os processos comunicacionais destacados durante o estudo de caso, considerando as interações a partir de comentários feitos por internautas, revelaram-se, nas interconexões criadas entre o humorista e o público que assiste aos vídeos, mas não se limita a esse viés, dada a capilaridade de um conteúdo na internet, que pode ser replicado, reproduzido e compartilhado indeterminadamente.

Para Villasenor (2013, p.1), há uma “lógica de deslocamento de fronteiras e ressignificação de práticas no ciberespaço como nova realidade”, onde “são reconstruídas e

ressignificadas as práticas religiosas tradicionais”, ainda que haja a resistência ao humor, por parte de alguns internautas. Muitos outros, mesmo que por comentários, o apóiam.

No começo eu recebia mais críticas. As pessoas não entendiam qual era a minha proposta e não sabiam quem estava fazendo; se era um desviado, que aprendeu as coisas na Igreja e começou a brincar; se era um cara com desejo de ofender e manchar o Evangelho. Eu recebia de forma negativa e respondia. Hoje, pastores sérios como Silas Malafaia, Jocymar Fonseca e Josué Gonçalves me dão abertura em suas igrejas e isso faz com que as pessoas entendam que não é só brincadeira. Tem a ministração da Palavra e vidas sendo alcançadas. Atualmente eu não rebato, entendo que estamos no mesmo time do Reino de Deus (RODRIGUES, 2017b).

Constatou-se que, o humorista é reconhecido no meio cristão por pastores pentecostais e que o “apóiam” com seu trabalho. Com isso, justifica-se que, assim como os demais evangélicos, busca, a partir de seu trabalho de *youtuber*, cumprir com o propósito de anunciar as boas novas propagada por Jesus, o Cristo.

Quanto a críticas, segundo Rodrigues (2017b), o humorista não as rebate, por entender que, mesmo sendo diferente, sua forma evangelizar é a que ele se propõe fazer, como contribuição à sua religião.

Como alternativa ao conservadorismo pentecostal, o humor conquista espaço principalmente, entre a juventude, que representa 13,3% dos pentecostais, conforme dados do IBGE (2012). Esse público equivale o da mesma faixa etária que a pesquisa de Jungblut (2010) revelou como o mais presente na *Internet*, atingido, potencialmente, pelo humor de Vini Rodrigues.

Segundo Moreira (2017), os principais influenciadores digitais evangélicos no país são jovens e têm comportamentos parecidos. “São referências modernas, tatuagens, roupas descoladas e cabelos coloridos”, e a preocupação de mostrar um mundo em que se pode ser feliz sendo cristão.

Para Hall (2005), os meios de comunicação difundiram um pensamento consumista, o que contribui para a ideia de um “supermercado cultural”, onde a igreja, para difundir suas tradições, insere-se na mídia e vende seus bens simbólicos. Um espaço cultivado para mediatizar a religião.

Neste pensamento, Carllote (2016), ponderando sobre igrejas evangélicas, afirma que:

[...] é necessário considerar o processo de mediatização, ao qual algumas tiveram que se adaptar e outras já surgiram durante seu curso. De qualquer modo, parece-nos muito difícil uma religião manter-se indiferente a esse processo, que se intensifica

em nossa sociedade, em que os meios de comunicação inserem-se em cada fresta das relações humanas. (CARLLETE, 2016, p.20).

O personagem reflete as práticas sagradas dos templos na *Internet*, onde as relações humanas são virtuais e onde o contato físico não existe. Na intermediação da comunicação pelo computador, as relações tendem a ser mais voláteis, ao passo que o contato físico desse relacionamento é intensificado diante de um cenário complexo e real.

Portanto, uma sociedade que, em rede, é organizada de forma diferente, dada a tecnologia e a internet, estabelece relações interpessoais em diversos contextos. Na dimensão de Castells (1999, p.57-58), o ator social passa por um processo e se reconhece “com base em determinado atributo cultural (...), a ponto de excluir uma referência mais ampla a outras estruturas sociais”.

Neste sentido, nota-se que o humor rompe o tradicionalismo do sagrado e o personagem se torna um fenômeno reconhecido dentro e fora da *Internet*, pois:

[...] o humor constrói uma realidade própria e que esta realidade humorística, seguindo a lógica e a dinâmica que lhe são peculiares, “joga” ou brinca com as outras realidades, inclusive com a da vida cotidiana. Essa construção da realidade do humor se dá como um fenômeno intersubjetivo, no qual a linguagem desempenha um papel fundamental. (BARROS, 2013, p.40-41).

Há, diante do cenário midiático, uma relativização do humor como proposta para o Canal, pois Vini está apegado à religiosidade, de forma a permitir-se satirizar, levando em consideração sempre os aspectos que possam interferir no que acredita.

Por se apresentar pentecostal, verificou-se, que dessa maneira, há uma tensão do humorista quanto ao limite de onde se pode chegar com o conteúdo dos vídeos, sem que possa infringir e denegrir a imagem pentecostal. E mesmo que comentários apontem incoerências do lugar de fala de Vini, ele continua com os enredos baseados na retratação do pastor.

Os processos comunicacionais identificados e analisados na pesquisa, conforme define Monteiro (2016), ao afirmar que “tanto os vídeos (...) quanto os comentários fazem parte de processos comunicacionais e sociais que ocorrem dentro e fora do *Youtube*”, disseminam a lógica dos vídeos, de divulgação e produção de consumo. Como explicitado no Gráfico 2.

Gráfico 2 – Processos Comunicativos – Canal “To Solto”



Fonte: O autor (2019).

Sob o olhar ecossistêmico, onde, segundo Pereira (2011, p.51), “a comunicação não é um fenômeno isolado, mas que se envolve em um ambiente cultural que ao mesmo tempo interfere e possibilita a construção, circulação e a significação da mensagem”, o objeto percebido também como sujeito, em seus fenômenos, confirma a premissa de que é "constituído por uma rede de interações entre sistemas diferentes, e que mesmo diversos, dependem um do outro para coexistir".

Portanto, ao considerar-se a complexidade envolvida no objeto e nas relações entre os sistemas, para além do objetivo de transmitir a mensagem, fora constatado a anuência da comunicação bilateral, por meio das interações pelos comentários.

As interações do humorista quando, de certa forma, troca de lugar com os internautas, ao pedir vídeos que caracterizassem os pentecostais, revelam a capilaridade das redes em que, as práticas de consumo, se mostraram como etapa do sistema produtivo.

O internauta estava como parte dessa construção do vídeo, em que houve o diálogo de interesses proposto pelo humorista com seu público, e estimulados à produção de conteúdo. Esse estímulo é característico da publicização, conforme defendida por Casaqui (2009a, p.3).

A partir dos fenômenos, pelos quais a mensagem pentecostal dos vídeos percorre, gera-se o processo comunicacional em um sistema aberto, ainda que momentaneamente, e se dissipa no todo ou em partes, dentro e fora do ciberespaço.

A figura do pastor pentecostal decorre de um elemento sagrado. O “ungido” de Deus que atua e convive em sociedade. O fenômeno religioso é, portanto, percebido do *status* no personagem e não há como não desassociar do humorista. A necessidade de Jacinto pode ser comparada à de Vini. Enquanto o personagem quer evangelizar a todos, o humorista também quer.

A crença em Deus parece dar sentido às atitudes do personagem nos esquetes. Há, o cuidado das falas e na forma como o humorista constrói as narrativas dos vídeos, pois deixa transparente que não é um humor preocupado, tão somente, com as críticas à religiosidade. Assim, tenta mostrar sua religião e como ela é na sociedade.

A religião pode ser vista como um fenômeno social e cultural onde as pessoas criam visões de mundo, a partir da forma que acreditam ser a ideal. Ela pode dar respostas para além da racionalidade e o efeito produzido a partir dela, é inerente à pessoa que a experimenta.

O processo comunicativo de um fenômeno, associado à religiosidade, não se limita em modelo de comunicação eficiente com Emissor, Receptor, Mensagem e Canal. Há parte disso no caminho, mas também expressões, atitudes e os ruídos, que neste estudo, puderam ser percebido pelos comentários nos vídeos.

Os elementos da narrativa usada pelo personagem estão no campo do sagrado. O sacro, em sociedade, é o venerado, o intocável, o divino. E a representação da religião transcende as dimensões culturais. Portanto, notou-se durante a pesquisa, que, não houve conteúdo segmentado para um público que não pôde ser decodificado por outro.

No pentecostalismo, os processos comunicativos podem ser percebidos não somente pelos elementos da comunicação, mas adaptados à dimensão sagrada. O evangelismo, como apresentado na pesquisa, é um sistema com técnicas e estratégias para comunicar de Cristo para a sociedade.

Em vários momentos, o humorista atua, não apenas com o intuito de “fazer rir”, mas como meio de persuasão, pois nota-se que o pentecostalismo força o evangelismo, e parte das atitudes pessoais, também representadas nos vídeos, destacam essa necessidade, a de apresentar as boas novas.

Neste fenômeno comunicacional religioso, a figura do Emissor é desempenhada pelo Evangelizador, que envia a Mensagem (boas novas), pelo Canal midiático que é a internet (redes sociais), com o Código de “ser” um pentecostal, para o Receptor, que é o público, em um contexto baseado, em primeiro momento, de humor.

A Mensagem decodificada é mostrada nos comentários, números de compartilhamentos e seguidores em redes sociais, mas as também em consumo dos produtos

anunciados pelo humorista. Esse processo comunicacional não contempla todos os sistemas que recorreram na pesquisa, mas retrata parte do paradigma, dito, ecossistemas comunicacionais.

A virtualidade e a realidade são elementos do processo de comunicação ecossistêmica, e de acordo com Monteiro *et al.* (2014, p.27), “compreender que o mundo digital impõe uma rede de fenômenos sociais profundamente interdependentes”. Cabe, portanto, pensar que o produto midiático, representado pelo pastor, está inserido no ecossistema social.

Como produto midiático, o humorista, com mais de 5 milhões de seguidores em redes sociais, é um dos principais influenciadores digitais do segmento evangélico no Brasil (MONTEIRO, 2017). Com esses números, Vini, atraído pelo mercado publicitário produz conteúdos que, com seus vídeos de humor, alcança um público considerável de religiosos.

Nos vídeos analisados, o humorista anuncia aplicativos de celular, jogos, sites de relacionamento, além de “mostrar seu trabalho” de comediante. A aceitação de seu público para os anúncios feitos, foram constatadas durante a pesquisa.

Contatou-se que Vini conseguiu contratos comerciais com grupo de comunicação evangélica, e intensificou a agenda de shows pelo país. A dinâmica da publicização no ciberespaço, feita pelo humorista, está lhe proporcionando ganhos financeiros, dentro e fora da internet. Ter seus vídeos compartilhados em redes sociais, criticados, elogiados e assistidos, agregam ao seu capital social.

A linguagem publicitária usada pelo humorista se confunde com o discurso pentecostal. A fala persuasiva e incisiva denota, por vezes, um apelo à aceitação do que se prega. O personagem, caracterizado de pastor, provoca intencionalmente as pessoas difundindo sua mensagem. E conquista o público pelo humor.

Essa prática, segundo Casaqui (2011, p.14), é a ressignificação da velha publicidade em que transmuta em publicização, construindo sentido e legitimidade para com seu público, emergindo mais complexa.

Nesse sentido, o humorista, que despretensiosamente criou um Canal, com o passar do tempo, conquista audiência através do conteúdo e entra na lógica comercial. Quando consegue atingir um grupo considerável de pessoas, e passa a vender, não só bens simbólicos da religiosidade, como também produtos e serviços.

O Gráfico 2, explicita os processos comunicativos, a partir das interconexão entre a **mensagem** proposta pelo **youtuber** por meio de **vídeos**. No **internauta** ela é ressignificada e revela seu entendimento a partir de um **comentário** na plataforma, de modo que a disposição

de interação mostra o **engajamento** do **internauta** com o Canal, que é mantido pelo *youtuber*.

Percebe-se um processo que não se limita a um sistema, mas, com os fenômenos e diversidade de redes que se desenvolvem em vários aspectos dessas relações, a outros sistemas foram evidenciados ao longo da pesquisa, como o religioso e o comercial.

O humorista se propôs criar o personagem, reafirmando estereótipos sociais religiosos, mas observou-se que o nome do Canal não faz referência direta a nenhum aspecto do contexto evangélico, talvez, depreendido da religiosidade em prol de uma ruptura conversadora. Seu público-alvo imediato pode ser percebido como sendo jovens evangélicos que experimentaram, frequentaram ou estão muito próximos dos temas abordados.

As interações, ainda que por comentários, revelaram um ecossistema ativo e pujante, que carrega na mensagem dos vídeos a representação clara do pentecostal, que impacta diretamente em seu público e no compromisso de influenciador do humorista.

Vini constrói o personagem acolhendo algumas das sugestões de seu público, como um sistema dialógico, em um sentido amplo, assim como proposto por Bakhtin (2012).

Portanto, constituído por valores de enunciados nas interações sociais e sob um olhar comunicacional, entre os fenômenos analisados, percebeu-se a religiosidade nas práticas, nos elementos sagrados, no apego a Deus, no exercício da fé, nos símbolos, nos costumes, na linguagem, nas vestes e na cultura, sustentada pela representação do pastor pentecostal, construída da forma como o humorista, enquanto sujeito social percebe e dimensiona sua religiosidade.

Em vez de atacarem, os cristãos fazem piadas sobre a igreja no contexto da igreja, ou piadas bíblicas como um quebra-gelo em contexto de evangelismo, ou comédias inocentes nas quais a influência cristã é notada pela ausência de palavrões, blasfêmia e referências a sexo e drogas em vez de pela presença de alguma coisa (TURNER, 2013, p.154).

Além dos nove vídeos analisados, outros também mostram as relações do pentecostal sob tabus doutrinários. Os temas trabalhados nos roteiros dos vídeos surgem a pedido do humorista com seus seguidores. “Manto demais. Galera comente os próximos vídeos que vocês querem ver. Vou me esforçar. Deixa aquele *like* pra ajudar nosso trabalho [sic]”.⁷²

⁷² Comentário de Tô Solto, <https://www.youtube.com/channel/UCeZsuxGiMPtHj7UAmx9DuEQ>

Entre as interações, várias sugestões para temáticas dos vídeos, como por exemplo, “Tô Solto faz vídeo sobre cerveja sem álcool [sic]”,⁷³ “Tô Solto faz uma de um pentecostal jogando um futebol com os mundanos [sic]”⁷⁴ e, “Tô Solto Vinny faz um vídeo do pastor no baile funk [sic]”.⁷⁵

Foram identificados durante o estudo, comentários que vão de encontro à doutrina pentecostal, onde os ritos são supervalorizados e o humorista é colocado como vilão, pois “brinca” com o sagrado.

Nesse caso, os comentários são repreensivos e ameaçadores, pois, quem faz isso, paga um preço e sofre conseqüências com ações e reprovação de um deus vingativo. “Aí daquele que imitar o espírito santo ou falar algo que não vem do Espírito Santo [sic]”⁷⁶ ou “Ridículo cara você está envergonhado o evangelho de Deus que é tão sério. Que vergonha, quantas pessoas precisando de ouvir uma palavra de conforto e você brincando??????? Lamentável!!!! Que a mão de Deus te alcance muito em breve.....aguarde!!![sic]”.⁷⁷

No entanto, a maioria das interações com comentários foi de incentivo e apoio ao conteúdo apresentado. “Esse pastor: Jacinto é muito engraçado kkkkkk. Assisto a vários vídeos é muito massa já me inscrevi no CANAL! [sic]”,⁷⁸ “Vc é melhor que muitos pastores que conheço, DEUS lhe Abençoe [sic]”⁷⁹ e, “O melhor, engraçado, mais porém pregando a palavra de Deus, amo esse pastor. Corre desviado... Levantou arrebatou [sic]”.⁸⁰

Com os levantamentos e análises dos vídeos do Canal, dimensionou-se o impacto que o humorista representa, através do personagem, para o contexto pentecostal, a identificação das estratégias de publicização. E, na compreensão do estereótipo do personagem, os vídeos inserem o “pastor” em situações pelas quais, possivelmente, o fiel pentecostal passou.

Percebeu-se, contudo, a partir da perspectiva ecossistêmica, a complexidade que há em torno do tipo de humor apresentado e o engajamento do público, a partir de uma cultura participativa, como colocada por Jenkins (2008).

A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos

⁷³ Comentário de Davi Lucas Ribas, <https://www.youtube.com/channel/UC4sy5rBopKhfnpHhfkNDM9A>

⁷⁴ Comentário de Rafael Toledo, <https://www.youtube.com/channel/UCVzz34UNzHihmCV596bJ72w>

⁷⁵ Comentário de Juliana Ribeiro, <https://www.youtube.com/channel/UCqBNgARd9oi6SDIKE9ksfcA>

⁷⁶ Comentário de Leia Rodrigues, <https://www.youtube.com/channel/UCyoDKLEWDYX0lgEJ9OFVGNQ>

⁷⁷ Comentário de Dora #Felipe, https://www.youtube.com/channel/UCHy_sb4RQKpoZrvS5qIsLnw

⁷⁸ Comentário de Natalini Mendes, <https://www.youtube.com/channel/UCLuVatOjaXz2M2NThiiKjQg>

⁷⁹ Comentário de Kenedy Gomes, <https://www.youtube.com/channel/UChlvRqDOrTZNJhdIYWSZFdg>

⁸⁰ Comentário de Gislainy Borges, <https://www.youtube.com/channel/UChaPTAqJ4LlO4MofxVtwYKq>

agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. Nem todos os participantes são criados iguais. Corporações – e mesmo indivíduos dentro das corporações da mídia – ainda exercem maior poder do que qualquer consumidor individual, ou mesmo um conjunto de consumidores. E alguns consumidores têm mais habilidades para participar dessa cultura emergente do que outros (JENKINS, 2008, p.30).

O engajamento do internauta com o Canal, ao assistir os vídeos e comentar aprovando ou desaprovando o conteúdo, gera uma relação de Causa ⇔ Efeito ⇔ Causa ou de Produtor ⇔ Consumidor ⇔ Produtor. Para Monteiro *et al.* (2014, p.141) essa relação recursiva desenvolve um “processo comunicativo que está em condição de interdependência com o ambiente, com a cultura e com o imaginário”.

O público engajado com o Canal, constatado pelos comentários, ultrapassa o dos evangélicos, mesmo sendo o maior, constatou-se que quem interage tem o mínimo de identificação ou reconhecimento das situações apresentadas nos roteiros, por ter vivido, presenciado ou conhecer alguém que se porta como retratado nos esquetes.

Constatou-se também que há diferenças entre o discurso que usa do humor e a construção de encenações humorísticas. O primeiro cai no discurso ávido, incisivo e sério, que é o da palavra de Deus, que, quando apresentada com uma carga humorística, como feita pelo pastor Cláudio Duarte, se utiliza da estratégia para chamar a atenção.

Quando das encenações feitas pelo humorista, não se está ligado diretamente à atenção, mas a um olhar cômico das situações cotidianas, da qual se pretende extrair primeiramente o riso de quem assiste, mesmo que a mensagem por trás seja a da bíblia e nisto, verificaram-se enunciados diferentes da relação humor – religião.

A desconstrução do pastor pentecostal pode vir pelas situações em que ele está inserido, e que são desaprovadas pelos comentários dos internautas, não só em relação à vestimenta, por exemplo, mas, principalmente no discurso e atitudes.

É notória uma crítica acentuada, que se torna relevante para um internauta que se preocupa com a doutrina pentecostal de uma forma mais incisiva, proselitista, sem flexibilidades e mais ortodoxa.

Percebeu-se que, há, contudo, percepções ideológicas e doutrinárias diferentes sobre os vídeos apresentados. O humor parece estar sendo desconsiderado e o “brincar” é relativamente valorizado em detrimento de ser um assunto relacionado ao campo religioso.

Por vezes, também é percebido como uma ofensa, para o qual revela-se o exercício de repreensão ao humorista, sempre o intimidando, no sentido de “abandonar o erro” e “se arrepender” ao invés de sofrer conseqüências da “punição de Deus”, como por piedade.

Essa condição está associada à representação de uma vida reta, íntegra, limitada aos mínimos prazeres e satisfações relatados na Bíblia Sagrada, baseada em recompensas àqueles que se mantiverem fiéis aos princípios cristãos.

Os vídeos com o personagem Jacinto Manto são sempre justificados pelo humorista, que faz questão de enfatizar ser evangélico pentecostal e usar o Canal como ferramenta para fazer rir quem o assiste. Possivelmente empenhado no processo de conversão do outro, o proselitismo religioso.

Esse jovem paulista, de família humilde, convertido há quase dez anos e de origem assembleiana, tem alcançado vidas e levado o Reino de Deus de uma forma diferente, mostrando que o nome de Cristo pode ser relacionado à alegria e provando que Deus pode mudar a vida de quem nele confia [...]. Diferente de todos os canais de *Internet* que temos por aí, Vini interpreta no seu canal o Pastor Jacinto Manto, um pastor pentecostal e descontraído que conquistou uma multidão de seguidores pelo seu jeito bem-humorado e engraçado de passar a sua mensagem diretamente ligada ao cotidiano de jovens cristãos (RODRIGUES, 2017a, *on-line*).

Não há um dimensionamento do alcance dos vídeos do Canal na *Internet*, pois ele não reproduzido somente no canal de origem, muitas vezes os vídeos são publicados por outros internautas. A aceitação dos vídeos no Canal “Tô Solto” é rápida, e em poucos dias no ar, ultrapassam um milhão de visualizações, além de milhares de comentários.

O crescimento do canal “Tô Solto” despertou o interesse de grupos de comunicação evangélicos. Ainda no ano de 2017, período de publicação dos vídeos que estamos analisando, o humorista assinou contrato com o pastor Silas Malafaia, líder da igreja Assembleia de Deus Vitória em Cristo (ADVEC), reconhecido na mídia brasileira, como um pastor polêmico diante de suas declarações sobre diversos assuntos, para a gravação de um show de *stand up gospel* em sua igreja⁸¹, e que está disponível na plataforma de vídeos *on demand* Gospel Play.

Em 2018, o humorista assinou contrato com o Grupo MK de Comunicação⁸², para ser *casting* da MK Network, e a empresa passou a fazer a gestão do Canal, além de ter a participação do humorista em programas da rádio 93 FM, vinculada ao Grupo MK, e o lançamento de vídeos-clipe e músicas com o selo da gravadora MK Music. No contrato também estão previstos, o lançamento de um jogo de videogame, que está em processo de

⁸¹ Comentário de Vini do Tô Solto, <https://www.instagram.com/p/BR7Aa9dgegN>

⁸² O Grupo MK de Comunicação é uma empresa formada por mídias que atuam em âmbito nacional há mais de 30 anos. Idealizado por Arolde de Oliveira, presidido por Yvelise de Oliveira e com direção artística de Marina de Oliveira, o Grupo MK vem se destacando ao longo dos anos como referencial de qualidade, pioneirismo e empreendedorismo no segmento gospel. Disponível em: <http://www.mkmusic.com.br/a-gravadora/>. Acesso em 4 out. 19.

produção e um *cartoon* para crianças, conforme anunciado durante a assinatura do documento de contração do comediante.⁸³

No site oficial de Vini Rodrigues⁸⁴ a proposta é institucional, onde é possível ter acesso à agenda de shows, a uma pequena biografia, um link de vídeo, os endereços para as redes sociais e os contatos para contratação e publicidade. A NonStopp Produções, empresa que faz gerenciamento de carreira artística, é a responsável pelo humorista. Para as participações em igrejas, há um contato alternativo e independente da agenciadora.

De terno preto, gravata e uma pequena toalha branca de rosto pendurada no ombro, o personagem ganha reconhecimento. Segundo Jenkins (2015), o *Youtube* os oferece alcance e os incentiva a pensar em si mesmos como uma moeda, através do prestígio que ganham ao atrair visitas para seus canais.

Uma rede comercial se forma em torno do humorista e é quando ele deixa de ser apenas um produtor de conteúdo amador para a plataforma, e se profissionaliza. Fenômeno observado em vários momentos das análises aos vídeos.

O personagem passa então, conforme o estudo e análises feitas, ser um produto comercial, que ganha valor e se desloca para outros espaços fora da *Internet*, ou seja, do *on-line* para o *off-line*, como pode ser observado na Figura 14.

Assume, portanto, um papel de formador de opinião, e se torna ressignificado por uma lógica de produção, que tem em suas características elementares a finalidade do lucro, como postulado por Adorno e Horkheimer (1985), onde há o “triunfo da publicidade” pela “mimese compulsiva dos consumidores pela qual se identificam às mercadorias culturais que eles, ao mesmo tempo, decifram muito bem”.

Esse percurso de desconstrução e ressignificação, são elementares na publicização.

Compreendemos a publicização em seu contexto mais amplo, como etapa do sistema produtivo, elemento decisivo da cadeia que parte da concepção do produto / serviço, do trabalho humano investido em sua elaboração, e depende da comunicação para tornar pública a mercadoria, que somente se complementa com o consumo das pessoas, podemos dizer, com sua consumação (CASAQUI, 2009, p. 3).

Para tanto, uma das formas de consumo dos vídeos do personagem é feito na rede social, onde é publicizado, mas também para fora do ciberespaço, à medida que o espetáculo de humor é vendido.

⁸³ Vini do Tô Solto – Assinatura de Gestão do canal no YouTube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PfWZJNumGI4>. Acesso em 4 nov. 19.

⁸⁴ Site Oficial do Vini do Tô Solto. Disponível em: <https://www.vinitosolto.com.br/>. Acesso em 15 abr. 2020.

O público, envolvido com o seu conteúdo, diferente de artistas musicais, é convidado publicitariamente pelo diálogo de interesses, necessidades, desejos e outros atributos desse discurso, onde “o consumo precede a compra e vai além dela, o processo de publicização organiza elementos valorizados na cultura que são associados simbolicamente aos produtos”, Casaqui (2009).

Figura 14 – Cartaz de divulgação de show do Jacinto Manto em igreja Pentecostal

AD Brás
Direção Geral
Bispo Samuel Ferreira

PR. Jacinto Manto
Direção Local
Pr. Jefferson Julião

TÔ SOLTO
HUMOR E EDIFICAÇÃO

**AD Brás - Min. Madureira
Jardim Etelvina - Guaianases/SP**
27.07 | 20H
Rua: Nancy Ackel, 52 - Guaianases SP

INGRESSOS 1º lote: 30,00
2º lote: 40,00

VENDA ONLINE: www.SYMPLA.com.br
(11) 95178-7018

Fonte: Sympla (2017).⁸⁵

⁸⁵ Disponível em https://www.sympla.com.br/to-solto-com-pr-jacinto-manto---guaianasesp_159708

Nesse sentido, o personagem Jacinto, com a cultura pentecostal, busca se aproximar de seu público, os seguidores, e se fazer conhecido para os que não o assiste pela *Internet*, e se mostra, então, mais engajado nessa agenda que trará mais retorno financeiro para o humorista.

Ainda que a marca religiosa esteja presente, há a comercialização do personagem como produto para realização de shows de humor (*stand up*) em espetáculos apresentados dentro ou fora das igrejas, como teatros.

Os influenciadores que associam sua imagem ao conteúdo que produzem são aqueles com maior visibilidade como influenciador (por isso se ouve tanto a expressão *youtuber* hoje), especialmente quando grandes marcas procuram parcerias. Não apenas o conteúdo que eles produzem é valioso como também a sua imagem. É o processo do Eu como commodity, do sujeito como mercadoria. Construir uma mídia ou uma marca que, a *posteriori*, será substituída pelo valor de troca do próprio autor, só é um processo possível por conta da sociedade na qual estamos inseridos. Uma sociedade que enaltece a imagem pessoal, que valoriza aquilo que se mostra aos olhos de quem quer ver (KARHAWI, 2016, p.47-48).

Segundo Karhawi (2016, p.41-42), o processo de transformação do *youtuber* em mercadoria e o valor de troca de si mesmo estão associados à imagem. Neste caso, a monetização não é somente feita pelo conteúdo que produz, mas a partir de um enaltecimento social, construiu-se uma marca com sua imagem, extrapolando “as relações do ambiente digital”, para estar presente em outros espaços.

Diante da perspectiva bourdieana, o *youtuber* assume seu papel de influenciador e legitima seu capital social, que é marcado pelas redes de relações sociais em contextos, como o econômico e o comunitário.

Um conjunto dos recursos reais ou potenciais que estão ligados à posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de interconhecimento e de inter-reconhecimento mútuos, ou, em outros termos, à vinculação a um grupo, como o conjunto de agentes que não somente são dotados de propriedades comuns (passíveis de serem percebidas pelo observador, pelos outros e por eles mesmos), mas também que são unidos por ligações permanentes e úteis (BOURDIEU, 1998, p. 67).

Nas igrejas pentecostais, a relação de pertencimento mútuo, percebidas nos vídeos durante a análise, reforça as redes de relações sociais, os laços e a proximidade, quando se utilizam as palavras “irmão” e “irmã” como formas de tratamento, reconhecendo a filiação de Deus.

Diante disso, ganha força e se traduz a atitude do “vou fazer por você como se fosse da família” e, reafirma-se a lógica de valorização pessoal. Ou ainda, quando carrega a

nomeação “pastor”, traz um significado mais profundo, pois o olhar é redimensionado para o título de um representante “ungido” para liderar e conduzir o povo para perto de Deus.

Por este ponto de vista, o humorista, obtém ganhos com a *Internet* e fora dela. E, as estratégias usadas para manter as redes e o reconhecimento do investimento, esforço e disposição que o “trabalhador” – humorista, como produtor de conteúdo, faz e tem, são legitimados por seus pares ou por influenciadores que detém capital social maior, como líderes religiosos.

Conforme Recuero (2009), o capital social é um “elemento-chave para a compreensão de padrões entre os atores sociais” do ecossistema, portanto, além das conexões, são validados o conteúdo, as interações e as conversações, a fim de uma compreensão mais completa dos valores das conexões e sua complexidade, como este estudo vem fazendo.

Ampliando a perspectiva das análises dos vídeos, e a discussão com os teóricos, pode-se, retomar a necessidade de compreensão dos fenômenos em sua totalidade, interações e inter-relações, como pontuado por Bertalanffy (1975).

Assim, tem que se constatar o humorista com seu personagem, a fim de construir uma nova forma de ação do proselitismo, com a desconstrução de sentido aberto, como proposto por Derrida (2001), de desmontagem, deslocamento, desconstituição, questionamentos e realocações conceituais, dos elementos religiosos na *Internet*.

Portanto, um *youtuber*, com o papel de influenciador, e arraigado na religiosidade, apresenta, com humor, um evangelho diferente ou possibilitado de riso.

Logo, corrobora ao campo emergente, aberto e subjetivo de estudo dos Ecossistemas Comunicacionais em ter como princípio, os saberes conectados que implica em compreender, que não há “separações entre as organizações sociais (...), o ambiente físico natural e as novas percepções e sensibilidades acionadas pela ampliação da comunicação e circulação de informações proporcionada pelas novas tecnologias”, conforme explicitado por Colferai (2014, p.59).

No processo de dissertar, a tecitura para a compreensão pela perspectiva ecossistêmica que nos propusemos construir, apoiado o Estudo de Caso no método netnográfico, como defendido por Kozinets (2014), nos direcionou a esta análise mais profunda dos fenômenos e processos comunicativos complexos do objeto – sujeito, e que não completa o estudo, mas aponta possibilidades, novos olhares e múltiplas leituras.

CONSIDERAÇÕES

Quem ri, ri por quê?
Quem não ri, não ri por quê?

“Já sinto o manto”. É a partir dessa frase que o humorista Vini Rodrigues construiu o personagem baseado na figura de um pastor pentecostal, que é colocado diante de situações do cotidiano e apresenta, a partir do lugar de fala do comediante, sua visão religiosa da cultura evangélica.

A referência “manto” representa, além de uma veste comprida ou capa com cauda, as relações de poder e de espiritualidade que personagens trazem nas narrativas bíblicas. O *talit*, como é conhecido pelos judeus, expressa a presença de Deus cobrindo quem o veste e o “isolando” do mundo em sua volta, geralmente vestido em momentos de orações.

Para os pentecostais, o significado é figurado e não há, de fato, a vestimenta recorrente nas igrejas, apenas a simbologia, de uma cobertura espiritual em um ambiente onde há manifestações sobrenaturais, de profecias e milagres entre os membros dessa comunidade.

Jacinto Manto é o personagem que vê, à sua volta, elementos da dicotomia céu e inferno, endeusando e demonizando, julgando e desvalorizando as pessoas e coisas, a partir das situações em que está inserido. Não há prerrogativas para o personagem, ele age conforme o que acredita ser bíblico, e expressa por meio de suas falas e comportamentos, o posicionamento de um pentecostal em sociedade.

O pastor caricato é apresentado em vídeos, que recebem as considerações do público. A partir de interações por comentários, percebeu-se a intenção com o que a mensagem está sendo transmitida, o sentido, as nuances, e a aprovação ou não de quem o assiste.

Com a atuação do personagem nos vídeos, contatou-se situações e posicionamentos religiosos, sociais, políticos e ideológicos marcantes para o autor. Observa-se o sentido de ser um pastor pentecostal, em sociedade, que julga sem entender, que pratica atos sem se justificar, que em alguns aspectos foge do discurso ético em prol de algo que lhe convém, que demoniza práticas de outras religiões e que ofende “brincando”.

A representação do personagem, ainda que pelo humor, tem linguagem acessível e possibilita a fácil compreensão para quem nunca teve um contato mais próximo com o protestantismo.

Há esse cuidado com o estereótipo por parte do humorista, de enfatizar ser pentecostal, com as práticas e a espiritualidade desenvolvida e revelada nas atividades do dia a dia.

Entretanto, no ciberespaço as fronteiras não existem e o conteúdo estará disponível para todos os internautas com suas religiões e cultura, para ser interpretado, ressignificado e em, alguns casos, ser alvo de críticas, feitas, inclusive por outros pentecostais através de vídeos, textos ou diretamente em comentários no Canal “Tô Solto”.

O público, contatado por comentários, são evangélicos que gostam de humor e não vem problemas com as narrativas do personagem. Observou-se também, ter pessoas que se identificam como pentecostais, mas não aceitam por completo o conteúdo dos vídeos e, desaprovam, principalmente, quando o humorista é incisivo na mistura de elementos sagrados como o Espírito Santo para os enredos dos esquetes.

Um terceiro grupo, que ficou evidente na pesquisa, é de pessoas que se converteram em igrejas pentecostais ou são próximo de pessoas nessa situação, e que aprovam o conteúdo, assim como os internautas de outras religiões, que se identificaram por comentários.

Percebeu-se um quarto grupo, de pessoas que frequentaram igrejas evangélicas, mas que se afastaram. Nesses, de alguma forma, os vídeos geraram impacto direto, provocando a reação da necessidade de reafirmação de sua fé, ou seja, um retorno à igreja, como por um processo de aceitação das “boas novas”, ditas conversão (primeira vez) ou reconciliação (nova aproximação).

Contatou-se um quinto grupo, que são daqueles que condenam radicalmente os vídeos. Prontos a mostrar o quanto o humorista não está ajudando os evangélicos e que, por fazer as “brincadeiras”, será penalizado por Deus. Em geral, o humorista não se preocupa em responder às esses tipos de comentários, quando o faz é através de outros vídeos.

O humorista continua com o canal “Tô Solto”, e produzindo vídeos, assim como nos anos anteriores, com situações representativas do pentecostal em sociedade.

Pôde-se constatar, a partir da pesquisa e com as análises, que o humorista desconstrói o perfil do pentecostal na *Internet*, pautado pelo conservadorismo ortodoxo de apego à simbologia doutrinária como meio para se aproximar de Deus.

O humor produzido por Vini Rodrigues pode ser visto também como a construção de um novo perfil do que venha a ser pentecostal. Um tipo de representatividade, que dialoga com os símbolos e práticas doutrinárias, entendendo que a *Internet* é lugar de fala permitido para isso. Evocando o ortodoxo para um *status* reformado e moderno.

Dessa forma, vê-se que o humorista, com sua representação, ainda que caricata, na *Internet*, transparecer que não se importa em ressignificar sua religiosidade. Possivelmente é nesse campo que o humorista transita, quando acredita que o humor provoca apenas o efeito do riso nas pessoas.

Nesse momento, há a materialização de um produto midiático da *Internet* que ganha “vida” nos púlpitos das igrejas evangélicas, principalmente, nas de grandes cidades e que não estão tão apegadas à ritos e práticas conservadoras doutrinárias.

Algumas igrejas permitem, mesmo que pentecostais, a apresentação do humorista, como é o caso da Assembleia de Deus Vitória em Cristo, que o acolhe como membro e abre suas portas para o show de humor.

No show, Vini encenando o personagem, dialoga com situações presentes dentro da igreja e por seus pares. Causos, piadas, paródias musicais e ao fim do show apresenta o testemunho de superação da depressão. Faz um apelo à platéia para que aqueles que não são convertidos possam confessar seus pecados a Cristo, naquele momento.

O percurso de Vini Rodrigues, com o personagem Jacinto Manto na *Internet*, e a conquista de espaço nas igrejas evangélicas e teatros do Brasil, desencadeado pelo retorno de mídia dado pelo *Youtube*, proporciona ganhos financeiros ao humorista.

O Google, que gerencia a *Youtube*, tem várias formas de monetizar os produtores de conteúdo, e esta forma de ganho financeiro vem, prioritariamente, através de publicidade que a plataforma insere tanto no início, quanto no meio dos vídeos.

Durante o estudo, foi verificado que há a inserção de anunciantes nos vídeos, além da utilização de novas facetas publicitárias, em formatos diferentes dos tradicionais. Neste sentido, a publicização é estrategicamente usada durante as narrativas e enunciados de vários vídeos do Canal.

A busca por mais seguidores, compartilhamentos, curtidas, comentários e propostas de interação, a partir de aplicativos com o Badoo e o Flipagram combinam técnicas da publicização, os quais instituem novas formas de interações, entre o humorista e seu público. São inter-relações, como pontes ou contratos, que ganham tentáculos para o consumo em diversos meios e de formas diferentes, que geram ganhos financeiros consideráveis.

Segundo projeção do site gratuito de prestação de serviços e rastreamento de estatísticas e análise de mídias digitais Social Blade (2019)⁸⁶, o faturamento anual do Canal “Tô Solto”, chegou US\$ 127 mil no ano de 2019.

⁸⁶ Disponível em <https://socialblade.com/youtube/channel/UCeZsuxGiMPtHj7UAmx9DuEQ/monthly>

Ao “saltar” da *Internet* para as igrejas, Vini Rodrigues proporciona ao personagem, o contato direto com seu público, que tem a possibilidade de vê-lo “materializado” em teatros e igrejas, como uma webcelebridade. É necessário o pagamento de ingresso para assistir ao show.

Na televisão, Vini foi convidado para participar do programa de entrevistas da TV Globo ‘Conversa com Bial’⁸⁷ do jornalista Pedro Bial. Junto com os cantores Priscilla Alcântara e Ton Carfi, o humorista explicou como conseguiu ascender na carreira, o humor que tem feito e o quê o tornou um fenômeno entre os evangélicos. Ao visitar cidades com seu show é sempre convidado para participações em programas regionais de rádio e televisão.

A complexidade da pesquisa em torno do objeto, que se desdobra, ora em sujeito, ora em objeto, representa um sistema isolado, como o humor, mas, na dimensão religiosa, os sistemas tornam-se mais consistentes e carregados de pistas e elementos, alguns deles, explicáveis e outros no campo da religiosidade.

No entanto, desencadeando, a partir dos fenômenos, nós, interconexões e pontos de convergência em rede, que nos possibilitaram, pelo prisma da perspectiva ecossistêmica, a tecitura deste estudo de caso.

No sistema religioso, a fé em um Deus é o primeiro elemento, o ato de acreditar, de alguma forma em um ser maior. Jacinto expõe esse elemento e sua narrativa é construída neste sentido dicotômico de santificar e demonizar.

O personagem é presente no campo social, quando desenvolve papéis, independente de religião. Ele pode atuar, salvaguardando a religião e a pondo em prática, sem se distanciar do perfil religioso.

Qual é o papel de um pastor pentecostal em sociedade? Perguntamo-nos se há respostas para essa pergunta.

O personagem revelou ainda a preocupação de evidenciar suas práticas religiosas. Não se restringindo a seu espaço, mesmo que não houvesse entendimento imediato e identificação com a narrativa, o pastor se posicionava e se justificava, como no vídeo “Uber Pentecostal”, em que transporta um passageiro que não conhecia nada das falas e atitudes do pastor.

Neste vídeo, o elemento culto, como uma reunião em que os fiéis se encontram ocasionalmente para prestar adoração a Deus, é reproduzido dentro de um carro. Portanto, não depende-se apenas de uma estrutura física ornamentada com púlpito e plenária ou,

⁸⁷ Disponível em <https://globoplay.globo.com/v/5858458/>

circunstancialmente, a partir do momento que se decidir fazer um culto, independente do lugar, se faz.

Em nenhum dos vídeos analisados, o personagem está em uma igreja ou no papel de líder em uma reunião ou culto. Os esquetes se passam geralmente em casas e locais públicos. Pensa-se que, para o humorista há resistência de produzir o conteúdo de seus vídeos em espaços sagrados como um templo de uma igreja.

No vídeo “Da depressão a 1 milhão de inscritos”⁸⁸, publicado em 24 de dezembro de 2017, o humorista explana sobre o reconhecimento que recebeu do *Youtube* através de uma placa comemorativa, por ter alcançado a marca de 1 milhão de inscritos no Canal, e ressalta que o vídeo será diferente, pois conta um pouco de sua história de vida.

Descaracterizado do personagem, Rodrigues (2017a) pondera sobre as dificuldades que passou durante sua vida e o processo de depressão que viveu por meses, em função da perda de um relacionamento amoroso, e justifica que pelo humor produzido com o personagem, conseguiu se curar.

Outro ponto enfatizado descreve sobre sua identidade religiosa. “Eu sou pentecostal, eu não brinco com o pentecostalismo. Acredito em dons de línguas e acredito em profecias. Acredito em batismo com Espírito Santo e no batismo em línguas”.

Constatou-se que o personagem pastor pentecostal Jacinto Manto é midiaticizado e, ainda que possa interferir no entendimento do evangélico que o consome pela *Internet*, a proposta é desconstruir as pessoas. O comediante não acredita que os conteúdos de seus vídeos “brincam” com o pentecostalismo, mesmo sendo um evangélico pentecostal, mas “divertem”, e é aceito por evangélicos contemporâneos e liberais.

A figura de um pastor, como líder religioso, que cuida de outros fiéis e é responsável por ensiná-las, aconselhá-las, ajudá-las e de alguma forma incentivá-las na descoberta cristã, vai além desse primeiro conceito de pastorear e rompe com o conservadorismo, quando um pastor pratica atividades diferentes de seu lugar de fala.

Mesmo produzindo humor, em nenhum momento o personagem esboça riso algum, mantendo-se sério e sempre incisivo, por muitas vezes estressado durante suas falas.

Por fim, sob a perspectiva dos Ecossistemas Comunicacionais o olhar é direcionado a perceber de forma ampla os elementos e fenômenos que acontecem pelas redes de relações, trocas e nós que se constroem entre os sistemas observados.

⁸⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=3bt3Ysoq7G4&t=806s>.

Considera-se, portanto, um percurso inicial na busca pelo entendimento da representação do pastor pentecostal na *Internet*, a partir do elemento humor, mas que se direciona para um caminho da desconstrução do perfil de um pastor evangélico, revelado não só pelos comentários dos internautas, mas também pelo conteúdo proposto e difundido pelo humorista.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W; HORKHEIMER, Max. (1985), **Dialética do Esclarecimento**. Tradução de Guido Antonio de Almeida, Rio de Janeiro, Zahar Editores.

ALENCAR, Gedeon. **Assembleias Brasileiras de Deus: teorização, história e tipologia – 1911-2011**. São Paulo, 2012.
<https://tede2.pucsp.br/bitstream/handle/1883/1/Gedeon%20Freire%20de%20Alencar.pdf>. Acesso em 10 nov. 2019.

ANDERY, M. A. **Para compreender a ciência: uma perspectiva histórica**. 6º ed. Rio de Janeiro: Espaço e tempo: São Paulo: EDUC, 1996.

ARAÚJO, I. O Mensageiro da Paz: 1930-1990 uma historia do sagrado. Universidade Iguazu – UNIG. **Cadernos da Fael**, Volume 1, nº. 1, Jan./Abr. de 2008. Disponível em http://perseu.unig2001.com.br/cadernosdafaef/vol1_num1/CADERNOS%20-%20ARTIGO%20ARAO%20ARAUJO%20-%20O%20MENSAGEIRO%20DA%20PAZ.pdf. Acesso em 10 nov. 2019.

ARDÈVOL, Elisenda; MÁRQUEZ, Israel. El Youtuber como celebridad mediática: entre la autenticidad y el mercado. **Rizoma**, Santa Cruz do Sul, v. 5, n. 2, p. 72-87, jan. 2017. ISSN 2318-406X. Disponível em: <<https://online.unisc.br/seer/index.php/rizoma/article/view/11288/7011>>. Acesso em: 17 out. 2019. doi:<https://doi.org/10.17058/rzm.v5i2.11288>.

BACON, Francis. **O progresso do conhecimento**. São Paulo: Editora UNESP, 2006.

BADOO. **Site de relacionamento Badoo – Sobre**. Disponível em: <https://badoo.com/team>. Acesso em 31 out. 2019.

BAKHTIN, M. (Volochninov). **Marxismo e filosofia da linguagem**. 13. ed. Trad. M. Lahud; Y. F. Vieira. São Paulo: Hucitec, 2012.

BARBALHO, Célia Regina Simonetti. VALE, Milene Miguel. MARQUEZ, Suelly Oliveira Moraes. **Metodologia do Trabalho Científico: normas para construção de trabalhos acadêmicos**. Manaus: EDUA, 2017.

BARROS, Pedro Guimarães de; NICOLACI-DA-COSTA, Ana Maria. **O humor na era da Internet**. Rio de Janeiro, 2013. 126 p. Dissertação de Mestrado – Departamento de Psicologia, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

BELLOTTI, K. Análise: Peso político e poder de consumo impulsionam presença dos evangélicos na TV. **FOLHA**, 2013. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/01/1210030-analise-peso-politico-e-poder-de-consumo-impulsionam-presenca-dos-evangelicos-na-tv.shtml> Acesso em: 10 nov. 2019.

BEPEC. **Pesquisa de Opinião – O crente e o sexo**. Bureau de Pesquisa e Estatística Cristã. Disponível em: < <https://pt.slideshare.net/goiano/crente-o-sexo> >. Acesso em 6 abr 2020.

BERGER, Peter L. LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2004.

BERTALANFFY, L. V. **Teoria Geral dos Sistemas**. Petrópolis: Vozes, 1977. 351 p.

BÍBLIA. **A Bíblia Sagrada**: Antigo e Novo Testamento. Tradução de João Ferreira de Almeida. Edição rev. e atualizada no Brasil. Brasília: Sociedade Bíblia do Brasil, 2008.

BOURDIEU, P. **O capital social** – notas provisórias. In: CATANI, A. & NOGUEIRA, M. A. (Orgs.) *Escritos de Educação*. Petrópolis: Vozes, 1998.

BURGESS, Jean e GREEN, Joshua. **Youtube e a Revolução Digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade**. São Paulo: Aleph, 2009.

CAMARA, Samuel. **Pastor-presidente da Assembleia de Deus em Belém**, administrador da Rede Boas Novas e apresentador do programa Voz da Assembleia de Deus. Em entrevista realizada no dia 24 de março de 2016, no gabinete pastoral da Assembleia de Deus em Belém, ao autor.

CAMPOS, Leonildo Silveira. **Teatro, templo e mercado**: organização e marketing de um empreendimento neopentecostal. Petrópolis e São Paulo: Vozes, Simpósio e UESP, 1997.

_____. **Evangélicos, pentecostais e carismáticos na mídia radiofônica e televisiva**. *Revista USP*, São Paulo, n.61, p. 146-163, março/maio 2004. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/revusp/article/viewFile/13327/15145>>. Acesso em 24 jul. 2017.

_____. **Evangélicos e Mídia no Brasil – Uma História de Acertos e Desacertos**. *Revista de Estudos da Religião - REVER*, 2008. Disponível em: <<http://pesformosos.com.br/estudos/evangelicos-midia-brasil.pdf>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

_____. **“Rebanho virtual” e o individualismo religioso**. São Leopoldo (RS): IHU Unissinos, 2012. Disponível em: <<http://www.ihu.unisinos.br/159-noticias/entrevistas/512839-rebanho-virtual-e-o-individualismo-religioso-entrevista-especial-com-leonildo-silveira-campos>>. Acesso em: 21 jun. 2018.

_____. **O Protestantismo de Missão no Brasil, cidadania e liberdade religiosa**. *Revista Educação e Linguagem*, n.17, v.1, p. 76-116, janeiro/junho 2014. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/EL/article/view/5493>. Acesso em: 10 nov. 2019.

_____. **Mídia e religião no Brasil**: Entrevista especial com Leonildo Silveira Campos. 2009. IHU On-Line. Disponível em: <<http://www.ihu.unisinos.br/entrevistas/28395-midia-e-religiao-no-brasil-entrevista-especial-com-leonildo-silveira-campos>>. Acesso em: 10 nov. 2019.

_____. **A identidade protestante e a hegemonia pentecostal no cenário religioso brasileiro**. *Tempo e Presença Digital* (Online), v. Ano 2, p. 1-6, 2007. Disponível em: http://www.koinonia.org.br/tpdigital/detalhes.asp?cod_artigo=117&cod_boletim=7&tipo=Artigo. Acesso em: 12 abr. 2020.

CAPRA, Fritjof. **A teia da vida**. Uma compreensão científica dos seres vivos. São Paulo: Cultrix, 2012.

CARLETTI, Renan Silva. **Religião e Internet** : como pensarmos a “religião” hoje?. *Revista Último Andar* (ISSN 1980-8305), n. 29, 2016. PUC SP. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/ultimoandar/article/viewFile/31306/21806>>. Acesso em 27 jul. 2017.

CASAQUI, Vander. **Por uma teoria da publicização**: transformações no processo publicitário. *Significação: revista de cultura audiovisual*, São Paulo, v. 38, n. 36, p. 131 - 152. 2011.

_____. **A esfera simbólica da produção: estratégias de publicização do mundo do trabalho na mídia digital**. *Rumores*, [s.l.], v. 3, n. 6, 21 dez. 2009. Universidade de São Paulo, Sistema Integrado de

Bibliotecas - SIBiUSP. <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-677x.rum.2009.51170>.

CASAQUI, Vander e RIEGEL, Viviane. "Google e o consumo simbólico do trabalho criativo". *Comunicação, Mídia e Consumo*. São Paulo, ESPM, vol. 6, n. 17, novembro de 2009, p.161-180.

_____. A esfera simbólica da produção - estratégias de publicização do mundo do trabalho na mídia digital. *Rumores (USP)*, v. 6, p. 164, 2009.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet**: reflexões sobre a *Internet*, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2004.

_____. **A Sociedade em Rede**. 3ª Ed. São Paulo: Editora Paz e Terra S.A.,1999.

CBB, Convenção Batista Brasileira. **Declaração Doutrinária da Convenção Batista Brasileira**. 2017. Disponível em: <http://www.convencaobatista.com.br/siteNovo/pagina.php?MEN_ID=22>. Acesso em: 08 abr. 2019.

CHÉQUER, P.; SOUZA, C. Mídia e Religião: Uma Leitura da Representação do Evangélico na Telenovela da Rede Globo - **GI3: Ficção TV e narrativa transmídia**. 2014. Disponível em : <<http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2014/10/GI3-priscila-chequer-catiane-rocha-GI-3.pdf>>. Acesso em 7 out. 2019.

COLFERAI, Sandro Adalberto. **Um jeito amazônica de ser mundo**. A Amazônia como metáfora do ecossistema comunicacional: uma leitura do conceito a partir da região. 2014. 228 f. Tese (Doutorado em Sociedade e Cultura na Amazônia) - Universidade Federal do Amazonas, Manaus, 2014.

CONDE. Emílio. **História das Assembleias de Deus no Brasil**. Rio de Janeiro: CPAD, 1960.

COSTA, Débora Silva. FRANÇA JÚNIOR, Luís Celestino. **VeShame Gospel**: os novos evangélicos conectados à *Internet*. Universidade Federal do Ceará - Campus Cariri, Juazeiro do Norte, CE. 2013. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nordeste2013/resumos/R37-0479-1.pdf>> Acesso em 14 ago 2018.

COTRIM. Gilberto. **Fundamentos da filosofia: história e grandes temas**. 15. ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

CPAD, Casa Publicadora das Assembleias de Deus no Brasil. **Convenção Geral das Assembleias de Deus no Brasil: Declaração de Fé**. 2019. Disponível em: <http://www.editoracpad.com.br/assembleia/cremos/>. Acesso em: 08 abr. 2019.

CUNHA, M.n.. Pentecostalismo e Movimento Ecumênico: Divergências e Aproximações. **Estudos de Religião**, [s.l.], v. 25, n. 40, p.33-51, 30 jun. 2011. Instituto Metodista de Ensino Superior. <http://dx.doi.org/10.15603/2176-1078/er.v25n40p33-51>.

_____. "A cultura gospel é o jeito de ser evangélico". Entrevista com Magali do Nascimento Cunha. In: **Revista IHU On-line**, Rio Grande do Sul, setembro, 2012. Disponível em: <<http://www.ihu.unisinos.br/entrevistas/513140-pentecostais-e-a-busca-de-satisfacao-individual-entrevista-com-magali-do-nascimento-cunha>>. Acesso em 7 out. 2019.

_____. **Religiões, midiatização e política: o caso dos evangélicos brasileiros**. 42º Congresso

Brasileiro de Ciências da Comunicação – Belém, PA, 2019. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-0051-1.pdf>>. Acesso em 10 nov. 2019.

DESCARTES, René. **Discurso do Método**. Tradução Maria Ermantina Galvão. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

DELGADO, Jaime. **Nem terno nem gravata: as mudanças na identidade pentecostal assembleiana**. UFPA - Belém/Pará 2008 (Dissertação de mestrado não publicada).

DERRIDA, Jacques. **Posições**. Trad. Tomaz Tadeu da Silva. Belo Horizonte, MG: Autêntica, 2001.

DIAP. Radiografia do Novo Congresso: Legislatura 2019-2023 / Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar. - Brasília, DF : DIAP, 2018. 164 p. : il. ; color. (**Estudos Políticos do DIAP**). Disponível em: <http://www.diap.org.br/index.php/publicacoes/finish/41-radiografia-do-novo-congresso/4045-radiografia-do-novo-congresso-legislatura-2019-2023-fevereiro-de-2019>. Acesso em: 15 out. 2019.

DUARTE, Cláudio Duarte. **Loja Claudio Duarte**. 2018. Disponível em: <https://lojaclaudioduarte.com.br/quem-somos/>. Acesso em 3 ago 2019.

_____. **Pr. Cláudio Duarte no Agora é Tarde com Danilo Gentili, em 2013**. Canal Cláudio Duarte um pastor cheio de graça. 2016. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=HeR_JtYxXTg. Acesso em 11 nov. 2019.

DURKHEIM, É. **As formas elementares de vida religiosa**. São Paulo, Martins Fontes: 1996.

ESTADÃO, Link. **Os 20 maiores canais brasileiros no Youtube**. 2018. Disponível em: <<https://link.estadao.com.br/galerias/geral/os-20-maiores-canais-brasileiros-no-youtube,27560>>. Acesso em 29 jun. 2018.

EU ESCOLHI ESPERAR. **Site institucional do Eu Escolhi Esperar** – sobre. Disponível em: <https://www.euescolhiesperar.com/sobre>. Acesso em 5 abr. 2020.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de Pesquisa para Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011. 239 p. – (Coleção Cibercultura)

FRANÇA, Vera. “Sujeito da comunicação, sujeitos em comunicação”. In: GUIMARÃES, C.; FRANÇA, V. (Org.). **Na mídia, na rua: narrativas do cotidiano**. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

GALILEI, Galileu. **Diálogo sobre os dois máximos sistemas do mundo ptolomaico e copernicano**. Trad., introd. e notas de P. R. Mariconda. São Paulo, Discurso Editorial/FAPESP, 2001.

GEERTZ, Clifford. A Religião como Sistema Cultural. In: **A Interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: Ed. LTC, 2008.

GRESSLER, L. A. **Introdução à pesquisa: projetos e relatórios**. São Paulo: Loyola, 2003.

GUIMARÃES, Bruno Menezes Andrade. 10º Interprogramas de Mestrado da Faculdade Cásper Líber. 2014. **“Porta dos fundos” e a (des)construção da religiosidade em vídeos de humor na Internet**. São Paulo, SP. 7 e 8 nov 2014. Disponível em: <<https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2015/01/Bruno-Menezes-UFMG.pdf>> Acesso em 24 jul. 2017.

FACHIN, Odília. **Fundamentos da Metodologia: noções básicas em pesquisa científica**. 6. ed. São

Paulo: Saraiva, 2017.

FATABE. Faculdade Teológica Batista Equatorial: **curso Bacharelado em Teologia**. Disponível em: <http://www.fatebe.edu.br/cursos/bacharelado-em-teologia/>. Acesso em 30 de março de 2020.

FOLHA. Pastor Claudio Duarte, 2015 – **Fotografias**. Disponível em: <https://fotografia.folha.uol.com.br/galerias/38399-pastor-claudio-duarte>. Acesso em 3 ago. 2019.

HALL, Stuart. In: **A identidade cultural na pós-modernidade**. Guaracira Lopes Louro. 10º ed. Rio de Janeiro, 2005.

HESSEN, Johannes. **Teoria do Conhecimento**. Trad. De Antonio Correia. 7ª ed. Coimbra, Arménio Amado – Editor, Sucessor, 1980. (Coleção Studium, 67).

IBGE, Agência. **PNAD Contínua TIC 2016**: 94,2% das pessoas que utilizaram a *Internet* o fizeram para trocar mensagens. IBGE: Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2013-agencia-de-noticias/releases/20073-pnad-continua-tic-2016-94-2-das-pessoas-que-utilizaram-a-Internet-o-fizeram-para-trocar-mensagens.html>>. Acesso em: 25 jun. 2018.

_____. **Censo demográfico 2010**: características gerais da população, religião e pessoas com deficiência. IBGE: Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/94/cd_2010_religiao_deficiencia.pdf>. Acesso em: 27 mai. 2018.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

JUSTEIN, Gaarder. **O Livro das Religiões**. Jostein, Gaarde; Hellern, Victor; Notaker, Henry. Tradução: Isa Mara Lando; Revisão Técnica e Apêndice: Flávio Antônio Pierucci. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

JUNGBLUT, Airton Luiz. **O uso religioso da Internet no Brasil**. PLURA, Revista de Estudos de Religião, vol. 1, n. 1, p. 202-212, 2010.

JUNGBLUT, Airton. 2003. "Os domínios do maligno e seu combate: notas sobre algumas percepções evangélicas atuais acerca do mal". In: B. Lewgoy (org.), **Debates do NER**, IFCH/ UFRGS, 4:35-42. Disponível em: <https://www.seer.ufrgs.br/debatesdoner/article/download/2719/29179>. Acesso em 10 abr. 2020.

KATO, D.; MARTINS, L. A “Sociologia de Plantas”: Arthur George Tansley e o Conceito de Ecossistema (1935). São Paulo: **Filosofia e História da Biologia**, v. 11, n. 2, 2016. Disponível em: <http://www.abfhib.org/FHB/FHB-11-2/FHB-11-2-Danilo-S-Kato_Lilian-A-C-P-Martins.pdf>. Acesso em: 07 jul. 2019.

KARHAWI, I. Influenciadores Digitais: o eu como mercadoria. 2016. In.: SAAD, E.; SILVEIRA, S. C. **Tendências em comunicação digital**. São Paulo: ECA/USP, 2016. Disponível em: <<http://www.livrosabertos.sibi.usp.br/portaldelivrosUSP/catalog/download/87/75/365-1?inline=1>>. Acesso: 17 abr. 2020.

KÖCHE, José Carlos. **Fundamentos da Metodologia Científica**: teoria da Ciência e iniciação à pesquisa. Petrópolis, RJ : Vozes, 2011.

KOZINETS, Robert. V. **Netnografia: Realizando pesquisa etnográfica online**. Porto Alegre: Penso, 2014. 203p.

- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. (Trad. Carlos Irineu da Costa). São Paulo: Editora 34, 1999.
- LOPES, Rafael de Figueiredo; FREITAS, Itala Clay. Interconexões: ecossistemas comunicacionais e processos de criação. **Comun. & Inf.**, Goiânia, GO, v. 20, n. 3, p. 132-147, out./dez. 2017.
- MAFRA, Clara. (2000), “Relatos compartilhados: Experiências de conversão ao pentecostalismo entre brasileiros e portugueses”. **Mana**, vol. 6, n. 1: 57-86. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/mana/v6n1/1971.pdf>. Acesso em 14 abr. 2020.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- MARIANO, R. Pentecostais em ação: demonização dos cultos afros-brasileiros. In: SILVA, V. G. da (ed.). **Intolerância religiosa. O Impacto do Neopentecostalismo no Campo Religioso Afro-brasileiro**. São Paulo: EDUSP, 2007.
- MARINHO, Maria Helena. **A personalidade mais influente do Brasil é um Youtuber**. Disponível em: <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/advertising-channels/vídeo/personalidade-mais-influente-do-brasil-e-um-youtuber/>>. São Paulo: Google, 2017. Acesso em 10 jun. 2018.
- MARTINO, L. M. S. **Mídia, religião e sociedade**. São Paulo: Paulus, 2016.
- MENDONÇA, Antonio Gouvêa. **Protestantismo no Brasil: um caso de religião e cultura**. Revista USP, São Paulo, n.74, p. 160-173, junho/agosto 2007.
- MENDONÇA, Antonio Gouvêa. O protestantismo no Brasil e suas encruzilhadas. **Revista USP**, n. 67, p. 48-67, 1 nov. 2005.
- MICHAELIS. **Moderno Dicionário da Língua Portuguesa**. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php>>. Acesso em: 11 abr. 2019.
- MINOIS, George. **História do riso e do escárnio**. São Paulo: Editora Unesp, 2003.
- MONTEIRO, Gilson Vieira; ABBUD, Maria Emilia de Oliveira Pereira; PEREIRA, Mirna Feitoza. **Estudos e perspectivas dos ecossistemas da comunicação**. Manaus: Ufam, 2012.
- MONTEIRO, Gilson; PEREREIRA, Mirna Feitoza; NOGUEIRA, Wilson. **Ecossistemas Comunicacionais: história, projetos e perspectivas**. Manaus: Editora Valer/Ufam, 2014.
- MONTEIRO, Maria Clara. A publicidade feita por youtubers: estudo de caso do canal Julia Silva. In: **Seminário de Miatização e processos sociais**, 1º. 2016. Unisinos. Anais... São Leopoldo: UNISINOS, 2016. Disponível em: <http://midiaticom.org/anais/index.php/seminariointernacional/article/download/20/12/> Acesso em 10 nov. 2019.
- MOREIRA, Matheus. **Influencers de Cristo: evangélicos da nova geração mostram na Internet um novo comportamento religioso**. UOL TAB, 2017. Disponível em: <<https://tab.uol.com.br/edicao/influencers-cristo/#influencers-de-cristo>>. Acesso em: 23 abr. 2020.
- MORIN, Edgar. **O Método 1 – A Natureza da Natureza**. 2. ed. Portugal: Publicações Europa América, 1977.
- _____. Edgar. **Os sete saberes necessários à educação do futuro**. São Paulo: Cortez, 2001.
- _____. Edgar. **O Método 4 – As ideias: seu habitat, sua vida, seus costumes, sua organização**. 3. ed.

Porto Alegre: Sulina, 2002.

_____. **Introdução ao pensamento complexo**. Tradução do francês: Eliane Lisboa - Porto Alegre: Ed. Sulina, 2005. 120 p.

OLIVEIRA, Maria Odaisa Espinheiro de. A terminologia indígena na fala do amazônida.. **Informação & Informação**, [S.l.], v. 13, n. 1, p. 32-47, jul. 2008. ISSN 1981-8920. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/1751>>. Acesso em: 21 abr. 2020. doi:<http://dx.doi.org/10.5433/1981-8920.2008v13n1p32>.

PACHECO, E. T.; RIBEIRO DA SILVA, S.; RIBEIRO, R. G. Eu era do mundo: transformações do auto-conceito na conversão pentecostal. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, [S.l.], v. 24, n. 1, p. 53-62, 2007. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-37722007000100007&script=sci_abstract&tlng=pt. Acesso em: 22 ago 19.

PEREIRA, M. F. **Ecosistemas comunicacionais: uma proposta conceitual**. In: MALCHER, M. A.; SEIXAS, N. S. A.; LIMA, R. A.; AMARAL FILHO, O. Comunicação midiaticizada na e da Amazônia. Belém: Fadesp, 2011.

PONTE, Emmanuel dos Santos; RAPETTI, Nathália; PORÉM, Maria Eugênia. **Webcelebridades: A Internet como Mola Propulsora da Fama. XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – Curitiba, PR, 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1632-1.pdf>>. Acesso em 23 set. 2018.

RECUERO, RAQUEL. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RODRIGUES, Vini. “Tô Solto” - Biografia. 2017a. Disponível em <<https://www.vintosolto.com.br/>>. Acesso em: 23 set. 2018.

RODRIGUES, Vini. Vini Rodrigues fala sobre o sucesso do pr. Jacinto Manto. Entrevista concedida à Natalia Lopes. **Pleno news**, dezembro, 2017b. Disponível em <https://pleno.news/entretenimento/vini-rodrigues-fala-sobre-o-sucesso-do-pr-jacinto-manto.html>. Acesso em 4 nov. 2019.

RUMBLE, L. **Vozes em Defesa da Fé**: caderno 13 - A Reforma Luterana. Petrópolis: Vozes, 1959.

PPGCCOM. **Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação** – Site Institucional, 2012. Disponível em: <http://www.ppgccom.ufam.edu.br/>. Acesso em: 11 nov. 2019.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez, 2010.

SILVA, Airton Marques. **Metodologia da Pesquisa**. 2ª ed. revisada. Fortaleza: edUECE, 2015.

SILVA, W.C.; ALVES, Regina. A Assembleia de Deus na TV: percepções sobre a Rede Boas Novas Belém. Manaus: Intercom 2017. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/norte2017/resumos/R54-0283-1.pdf>. Acesso em: 04 abr. 2020.

SILVA, William Costa da. ABBUD, Maria Emília Pereira. **Presença da Igreja Pentecostal Deus é Amor no Youtube: um olhar a partir dos ecossistemas comunicacionais**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 41., 2018, Joinville. 2018. Joinville: Intercom, 2018. p. 1 - 15. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0681-1.pdf>. Acesso em: 4 abr. 2020.

SOUZA, Sérgio Augusto Freire de. **As redes sociais e a liquidez na Sociedade 140 bytes: sob os olhos da Coruja de Minerva**. 2009. Disponível em: <http://docplayer.com.br/8197292-As-redes->

sociais-e-aliquidez-na-sociedade-140-bytes-sob-os-olhos-da-coruja-de-minerva.html. Manaus: Ufam, 2009. Acesso em 27 jul. 2018.

SOUZA, Alexandre Carneiro. **Pentecostalismo: de onde vem, para onde vai?** Viçosa: Editora Ultimato, 2004.

SOUZA, Benjamin Ângelo. **Luz, Câmera... Milagre! A História da Rede Boas Novas.** Amazonas. RBN. 2ª ed. 2007.

ULTIMATO, Revista. Games: uma perspectiva cristã. **Revista Ultimato**, edição nº 358, jan/fev – 2016. Disponível em: <https://www.ultimato.com.br/conteudo/games-uma-perspectiva-crista> Acesso em 10 nov. 2019.

VILLASENOR, Rafael Lopez. **As práticas religiosas no ciberespaço: nova fronteira religiosa.** Revista de Teologia & Cultura, São Paulo, v. 44, n. 4, p. 97-107, set. 2013.

TAFARELO, C. S. C. Análise crítica entre etnografia e netnografia: métodos de pesquisa empírica. In: **Interprogramas de Mestrado da Faculdade Cáspier Libero**, 9., 2013. São Paulo. Anais... São Paulo: Faculdade Cáspier Libero, 2013. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/04/C1%C3%A1udia-Siqueira-C%C3%A9sar-Tafarelo.pdf> . Acesso em: 29 abr. 2015.

TOGNINI, Enéas; ALMEIDA, Silas Leite de. **História dos Batistas Nacionais.** Brasília: LERBAN, 1993.

TÔ SOLTO, Canal. **Canal do Youtube** “Tô Solto” – Jacinto Manto. 2019. Disponível em <https://www.Youtube.com/channel/UCeZsuxGiMPtHj7UAmx9DuEQ> Acesso em 10 nov. 2019.

YOUTUBE. **Programa de Parcerias do Youtube: visão geral, lista de verificação para inscrições e perguntas frequentes. 2019.** Disponível em: <<https://support.google.com/youtube/answer/72851>>. Acesso em: 10 nov. 2019.

WULFHORST, Ingo. O Pentecostalismo no Brasil. **Estudos Teológicos**, v. 35, n. 1, p. 7-20, 1995.

ZAMPIETRO, Linei Matzenbacher. **O Pensamento complexo de Edgar Morin e a conjugação verbal em livros didáticos de PLE.** São Paulo: Zampietro, 2008. Disponível em: <<http://www.letras.puc-rio.br/unidades&nucleos/publicacoes/ccci/Textos%20revisados/O%20Pensamento%20Complexo%20de%20Edgar%20Morin.pdf>>. Acesso em: 10 nov. 2019.