

LOGOS

- COMUNICAÇÃO & UNIVERSIDADE -

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA UERJ

Ano 11 - n.º 21 - 2.º Semestre / 2004 ISSN 0104-9933

Comunicação e religiosidades

21

LOGOS

21

Comunicação e religiosidades

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
UERJ

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ/Rede Sirius/PROTAT

L832 Logos: comunicação e universidade. - Vol. 1, n. 1 (1990) - . -
Rio de Janeiro: UERJ, Faculdade de Comunicação
Social, 1990 -

Semestral

ISSN 0104-9933

1. Comunicação - Periódicos. 2. Teoria da informação -
Periódicos. 3. Comunicação e cultura - Periódicos. 4. Sociologia
- Periódicos. I. Universidade do Estado do Rio de Janeiro.
Faculdade de Comunicação Social.

CDU 007

**UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

Reitor

NIVAL NUNES DE ALMEIDA

Vice-reitor

RONALDO MARTINS LAURIA

Sub-reitora de Graduação

RAQUEL MARQUES VILLARDI

Sub-reitora de Pós-Graduação e Pesquisa

ALBANITA VIANA DE OLIVEIRA

Sub-reitora de Extensão e Cultura

MARIA GEORGINA MUNIZ WASHINGTON

Diretor do Centro de Educação e Humanidades

MARICÉLIA BISPO PEREIRA

Faculdade de Comunicação Social

Diretor: JOÃO PEDRO DIAS VIEIRA

Vice-diretor: HUGO RODOLFO LOVISOLO

Chefe do Departamento de Jornalismo

RICARDO DE HOLLANDA

Chefe do Departamento de Relações Públicas

DENISE DA COSTA OLIVEIRA SIQUEIRA

Chefe do Departamento de Teoria da Comunicação

MÁRCIO SOUZA GONÇALVES

LOGOS - Ano 11, n. 21, 2º semestre de 2004

Logos: Comunicação & Universidade (ISSN 0104-9933) é uma publicação acadêmica semestral da Faculdade de Comunicação Social da UERJ e de seu Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGC) que reúne artigos inéditos de pesquisadores nacionais e internacionais, enfocando o universo interdisciplinar da comunicação em suas múltiplas formas, objetos, teorias e metodologias. A revista destaca a cada número uma temática central, foco dos artigos principais, mas também abre espaço para trabalhos de pesquisa dos campos das ciências humanas e sociais considerados relevantes pelos Conselhos Editorial e Científico. Os artigos recebidos são avaliados por membros dos conselhos

e selecionados para publicação. Pequenos ajustes podem ser feitos durante o processo de edição e revisão dos textos aceitos. Maiores modificações serão solicitadas aos autores. Não serão aceitos artigos fora do formato e tamanho indicados nas orientações editoriais e que não venham acompanhados pelos resumos em português, inglês e espanhol.

Editores: Prof. Dr. João Luís de Araújo Maia e Profa. Dra. Denise da Costa Oliveira Siqueira

Conselhos Editorial e Científico: Ricardo Ferreira Freitas (Presidente do Conselho Editorial), Luiz Felipe Baêta Neves (Presidente do Conselho Científico), Danielle Rocha Pitta (UFPE), Fátima Quintas (Fundação Gilberto Freyre), Henri Pierre Jeudi (CNRS-França), Hérís Arnt (UERJ), Ismar de Oliveira Soares (USP), Luis Custódio da Silva (UFPB), Márcio Souza Gonçalves (UERJ), Michel Maffesoli (Paris V - Sorbonne), Nelly de Camargo (USP), Nízia Villaça (UFRJ), Patrick Tacussel (Université de Montpellier), Patrick Wattier (Université de Strassbourg), Paulo Pinheiro (UniRio), Robert Shields (Carleton University/Canadá), Ronaldo Helal (UERJ) e Alessandra Aldé (UERJ).

Editoração: Laboratório de Editoração Eletrônica (LED/FCS/UERJ)

Diagramação: Fabiana Antonini e Rita Alcantara

Capa: Adriana Melo

Informática: Franklin Loureiro

Revisão: João Maia (FCS/UERJ); Luciana Lorensonne e Marcelo F. Rodrigues (Comuns/UERJ).

Endereço para correspondência:

Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Faculdade de Comunicação Social

PPGC - Mestrado em Comunicação

Revista *Logos*

A/C Profa. Dra. Denise da Costa Oliveira Siqueira e Prof. Dr. João Maia

Rua São Francisco Xavier, 524/10º andar, sala 10129, Bloco F

Maracanã - Rio de Janeiro - RJ - Brasil. CEP: 20550-013

Tel.fax: (21) 2587-7829. E-mail: logos@uerj.br

Sumário

Apresentação

Comunicação e religiosidades

Erick Felinto

07

Artigos

Mídia e religião

A tecnoreligião e o sujeito pneumático no imaginário da cibercultura

Erick Felinto

12

Por “inspiración sensible” - estratégias jesuíticas de conversão

Eliane Cristina Deckman Fleck

31

A comunicabilidade antropofágica do Santo Daimes na Terra do Sol

Fernanda Carlos Borges

55

A cena enunciativa e o ethos dos pregadores no discurso das igrejas eletrônicas

Karla Regina Macena Pereira Patriota

70

As encenações do “televangelismo” como forma de entretenimento

Marco Souza

88

Conexões transdisciplinares

**Internet, imprensa e as eleições de 2002:
pautando notícias em tempo real** 107
Alessandra Aldé e Juliano Borges

**A juventude como valor contemporâneo:
Forever young** 133
Ieda Tucherman

**Subjetividade e alteridade: os pentecostais negros
no Brasil e nos Estados Unidos** 150
Marcia Contins

**Mídia e religião: a “nova era” no
mercado editorial** 174
Fátima Regina Gomes Tavares e Joelma do Patrocínio Duarte

**Mídia, religião e política: a evangelização
da campanha presidencial** 185
Alexandre Brasil Fonseca

Resenha

Diferentes possibilidades da crueldade 208
Sônia Pedrosa

Orientação editorial 216

Apresentação

No alvorecer do século 21, a religião e os fenômenos religiosos continuam sendo um território quase desconhecido em nosso mapa dos estudos de comunicação. Mesmo em outros campos onde a religião já conquistou um espaço tradicional, como a sociologia e a antropologia, a situação não é muito melhor. Os estudos que abordam o tema ainda ocupam, de maneira geral, uma posição de certa marginalidade. A universidade e o domínio do pensamento teórico apresentam um comportamento quase que atávico em relação aos temas religiosos. Não é incomum que tais temas sejam encarados com desconfiança, e o pesquisador que a eles se dedica visto como alguém que secretamente professa algum dos credos objetos de seus estudos.

Esse temor em relação à reflexão sobre os fenômenos religiosos tem sua origem nos processos que, durante a modernidade, consagraram a separação definitiva entre ciência e superstição, entre o saber e a crença, entre o estado e a religião. A universidade e todas as outras instituições culturais de produção do conhecimento se secularizaram, deixando para trás o sombrio mundo da especulação metafísica e dos credos populares. Contudo, esse processo de transição não ocorreu sem traumas e percalços. A religião, os mitos, o imaginário não desa-

pareceram simplesmente do horizonte do conhecimento racional, mas antes parecem ter se “escondido” temporariamente nos interstícios da razão.

Com o declínio do projeto moderno, esses interstícios e brechas do saber secular se esgarçaram, permitindo que as potências culturais da imaginação eclodissem novamente com força total. É nesse sentido que podemos entender um aspecto fundamental das obras de muitos pensadores contemporâneos que alertam para a importância vital do imaginário e das pulsões religiosas em nosso tempo. Gaston Bachelard, Gilbert Durand e Michel Maffesoli foram alguns dos principais arautos desse processo de revalorização do imaginário e da religião. É Maffesoli, por exemplo, quem adverte que mesmo em meio aos discursos de matriz iluminista, os mitos e a imaginação começam a eclodir com força total; *“para além dos vários dogmatismos que começam a perder o fôlego, a importância do imaginário é agora reconhecida, e muitos trabalhos mostraram como ele estruturava a socialidade básica”* (1984: 65).

Se a tese de Durand estiver correta, e os regimes do imaginário de fato precederem a estruturação do pensamento racional, então não deve surpreender que os mitos se encontrem em todos os domínios da vida social. Ainda mais em uma época na qual o tribunal contra o projeto da razão já foi constituído com tanta veemência por pensadores como Nietzsche e Foucault.

Talvez seja esse declínio da racionalidade moderna que explique, pelo menos em parte, o número cada vez maior de estudiosos que percebem a necessidade de levar a sério os fenômenos de natureza religiosa. Não precisamos fazer muito esforço para definir uma bibliografia básica, que vai de Derrida (2000, 2002) a Eco (2001), passando por Vattimo (1998, 2004), Girard (1999) e Latour (2002).

Não tenho dúvidas de que em nossa área de estudos, a comunicação, os temas religiosos irão merecer atenção cada vez maior dos pesquisadores. Isso não apenas devido ao fato de que diversas religiões e seitas têm proliferado em nossa pós-modernidade fazendo uso dos meios de comunicação de massa, mas também porque nossos discursos sobre os aparatos comunicacionais – televisão, rádio, internet, entre outros – sempre estiveram marcados por significativos vetores de irracionalidade. O estudo da forma como tais tecnologias têm sido recebidas no seio da cultura revela um peculiar “imaginário tecnológico” que associa os aparatos comunicacionais a fenômenos de natureza metafísica. Como entender, por exemplo, as variadas metáforas de origem religiosa que hoje impregnam os discursos sobre as novas tecnologias digitais (o ciberespaço como “nova Jerusalém Celestial”, o internauta como “anjo virtual”, o hipertexto como “texto sagrado”)?

No âmbito da Pós-graduação em Comunicação Social da UERJ, essas curiosas realidades culturais têm constituído um dos mais interessantes objetos de estudos do grupo *Comunicação e Tecnocultura: meios e imaginários tecnológicos*. Os estudos de comunicação já estabeleceram uma sólida tradição de análise das representações culturais de idéias como identidade ou beleza nos meios de comunicação. Contudo, poucos são os estudos que buscam investigar os modos como a cultura representa e imagina os próprios aparatos de comunicação. E nessa investigação do nosso “imaginário tecnológico”, os elementos de natureza religiosa certamente ocuparão lugar de destaque.

Nosso encontro com o problema religioso parece hoje ser um fato inescapável. A comunicação, como disciplina que estuda o campo das relações culturais tecnologicamente mediadas, não pode, de modo algum, subtrair-se a esse encontro. O retorno do religioso e do sagrado, quer o queiramos, quer não, parece um dado definitivo. Nessa cena onde o imaginário lentamente ocupa todas as posições que antes cabiam à razão, nossa tarefa deve ser a de manter um olhar atento e crítico – de modo a não permitir que o domínio absoluto da razão seja agora substituído por um absolutismo da imaginação. Nos estudos contidos neste volume, esperamos que o leitor encontre uma contribuição, ainda que modesta, a esse importante propósito.

Erick Felinto

Artigos

Mídia e religião

A tecnoreligião e o sujeito pneumático no imaginário da cibercultura

Erick Felinto*

RESUMO

Este trabalho oferece uma análise inicial de uma das metáforas mais correntes do discurso contemporâneo sobre a cibercultura: a imagem do anjo do ciberespaço. Ao comparar o cibernauta com um anjo que navega pelo empíreo do ciberespaço, autores como Lévy e Benedikt contribuem para uma mistificação do potencial “espiritual” das novas tecnologias, deslocando assim o problema da materialidade técnica para uma espécie de afirmação do sublime tecnológico.

Palavras-chave: ciberespaço, anjo, imaginário tecnológico, cibercultura

“Yet I am the necessary Angel of the earth,
since, in my sight, you see the earth again, cleared
of its stiff and stubborn, man-locked set, and, in
my hearing, you hear its tragic drone”
(Wallace Stevens, *Angel Surrounded by Paysans*, 496)

“Ein jeder Engel ist schrecklich”
(Rainer Maria Rilke, *Duineser Elegien*, 443)

“*A los intelectuales ciberculturales que no
desisten del pensamiento crítico*”
(Andoni Alonso e Iñaki Arzoz, da dedicatória
de *La Nueva Ciudad de Dios*)

A história da racionalidade ocidental é marcada por seu embate, furioso e constante, contra o mito e a imaginação, tidos como produtos de uma irracionalidade desvairada. A razão, o progresso e a ciência afirmaram, sob o influxo das poderosas forças da modernização, sua superioridade sobre essas expressões de uma infância da humanidade. Superadas as fantasias irresponsáveis do imaginário mítico, a ciência e a tecnologia viriam, assim, decretar a vitória final da razão no apogeu da modernidade. Mas a história tomou um rumo inesperado e, como bem adverte Michel Maffesoli, o misterioso passou a ser atuante “*justamente naquilo que parece querer excluir-lo! Seja nas práticas da vida cotidiana ou nos arcanos do processo de conhecimento, tal o retorno do recalado, o fictício perfura o real, tornando-o singularmente mais atraente*” (1984: 65).

O misterioso, o mítico e o imaginário retornaram, portanto, no seio dos domínios onde precisamente

não poderiam ou deveriam penetrar: nos discursos sobre a ciência e a tecnologia. Como um fantasma que insiste em voltar e revelar uma fala que foi reprimida (Cf. Hetherington, 2001), como um revenant espantoso, o mito deságua incessantemente nas represas da tecnociência contemporânea. Fantasma que, de fato, seduz ao mesmo tempo em que assusta. No cerne de narrativas contemporâneas que defendem a supremacia da ciência e o poder sem limites da tecnologia, o imaginário vem constituir uma fala parasitária corroendo a razão e promovendo o mistério e o mítico. Difícil não se surpreender diante dessa inesperada aliança. Ela não é fantasia de uns poucos sonhadores apaixonados por cenários pré-modernos, mas proposta de cientistas e scholars nas mais diversas áreas do conhecimento. Em obras que vão da crítica literária à física, passando pela filosofia e pela biologia, o imaginário mítico se exprime com um vigor inesperado. O que dizer, pois, de um livro como *The physics of immortality* (1995), do respeitado físico Frank J. Tipler, onde se propõe estabelecer profundas relações entre a cosmologia moderna e as tradicionais visões religiosas sobre a divindade e a ressurreição dos mortos? Ou do libelo do igualmente respeitado hebraísta Richard Elliott Friedman, *The disappearance of God* (1995), no qual se sugere uma nova forma de religião universal, misto paradoxal de ciência, misticismo e nietzscheanismo? A lista pode continuar, passando pelo espantoso panfleto de Harold Bloom, *Omens of millennium* (1996), em que a experiência estética e a crítica literária se transformam no fundamento para a

proposição de um gnosticismo renovado que, segundo Bloom, já estaria mesmo na base das grandes tradições religiosas norte-americanas; ou então o curioso *La structure absolue* (1965), do filósofo Raymond Abellio, ex-aluno dos célebres seminários de Alexandre Kojève, agora convertido em gnóstico, proponente de uma filosofia onde a fenomenologia de Husserl se encontra com a mística judaica e com as tradições religiosas da Índia.

No campo do discurso científico, essa integração do racional e do mítico – grande sonho de todo romantismo – foi denunciada com rigor e clareza pela epistemóloga Dominique Terré-Fornacciari. O fenômeno da aproximação, entre ciência e mística, ali definido como as “núpcias de Apolo e Dioniso”, é descrito como a penetração de vetores de irracionalidade, envolvendo dimensões retóricas, teóricas e políticas (1991: 12). Essa paradoxal aliança entre razão e imaginação é responsável pela produção de libelos em favor da sacralização da ciência ou da “cientificação” do sagrado, como no caso dos populares livros de Fritjoff Capra. E, se já quisermos nos limitar ao horizonte específico da cibercultura, o “ensaio-ficção” de Andoni Alonso e Iñaki Arzo, *La nueva ciudad de Dios*, registra e critica o surgimento de um impulso e de um discurso tecno-herméticos na literatura cibercultural contemporânea (2002). De forma mais tradicional e comprometida com o discurso acadêmico, Erik Davis também mapeia, em seu *Technosis* (1998), o vasto conjunto das imagens e metáforas religiosas que assolam as atuais ciberutopias.

Neste trabalho, segundo a concisão aqui exigida, pretendo limitar-me a somente alguns aspectos do

complexo e intrigante fenômeno da tecnoreligião. Em especial, dedico-me à análise do que sugiro nomear como o sujeito pneumático do imaginário cibercultural. O termo, que sem dúvida irá soar divertido aos nossos ouvidos, tem origem gnóstica, e sua escolha não é infundada. Nos primeiros tempos da difusão do cristianismo nas regiões orientais do vasto Império Romano, irá florescer um conjunto de seitas sincréticas combinando idéias cristãs, neoplatonismo e as religiões de mistérios pagãs. Esse conjunto de seitas é designado genericamente como gnosticismo, já que todas se baseavam fundamentalmente na idéia da posse de um conhecimento secreto (*gnosis*) como forma de salvação espiritual. O gnosticismo foi largamente estudado por filósofos e historiadores da religião como um dos fenômenos mais intrigantes do mundo antigo (e, quiçá, também, sob certos aspectos, do moderno)¹. Os gnósticos tinham horror à matéria e criam a necessidade da superação do corpo físico, no qual a verdadeira essência do homem estaria aprisionada – uma idéia que lembra o clássico calembour platônico entre as palavras *soma* (corpo) e *sema* (prisão). Essa superação dos limites corporais poderia ser realizada por uma categoria especial de sujeitos, no interior das práticas religiosas do gnosticismo. Como explica Guillermo Fraile:

Os gnósticos tinham a pretensão aristocrática de elevar-se por cima do vulgo. Dividiam os homens em *materiais* (*choicum*), *psíquicos* ou animais e *pneumáticos* ou espirituais. Os últimos participam de uma natureza de ordem superior, à qual corresponde um conhecimento mais elevado que o da fé

(gnosis, pistis sophia), inacessível ao comum dos homens e reservado a uma minoria privilegiada” (1960: 92).

A aproximação entre gnose, tecnociência e cibercultura também foi sugerida, anteriormente, por estudiosos das mais diversas linhagens intelectuais, como o sociólogo Hermínio Martins ou o já mencionado crítico cultural Erik Davis. Para este último, a tecnognose pode ser definida como a *“história secreta dos impulsos místicos que continuam a impulsionar e sustentar a obsessão do mundo ocidental com a tecnologia, e especialmente com suas tecnologias de comunicação”* (1998: 2). Para o primeiro, certas tendências do pensamento cibercultural (por exemplo, o projeto tecnofeminista deo ciborgue de Donna Haraway) retomam “o sonho gnóstico de transcender a diáspora dos seres” (1996: 191).

Nesse sentido, torna-se possível falar em uma “religião da tecnologia”, como faz o historiador David Noble (1999), mas, de maneira ainda mais expressiva, em uma tecnoreligiosidade própria da imaginação da cibercultura. Um culto com seus próprios sacerdotes, doutrinas e objetos de adoração. Figura central desse culto religioso é a representação de uma forma de subjetividade liberta dos limites do corpo, em última instância, um self quase divino e de natureza espiritual (*pneuma*) análoga à dos detentores da *pistis sophia* gnóstica. Na literatura cibercultural, essa subjetividade aparece freqüentemente traduzida com a metáfora do anjo. É assim que Nicole Stenger, por exemplo, imagina o navegante do ciberespaço: *“todos nós nos tornaremos anjos, e pela eternidade! Anjos altamente instáveis,*

hermafroditas, inesquecíveis em termos de uma memória computadorizada” (1992: 52). O ciberespaço é, então, caracterizado como território sagrado (Stengers, 1992: 54), novo Éden (Benedikt, 1992: 13) ou Nova Jerusalém Celestial (Wertheim, 1999: 18 e ss.) onde vagam livremente os “corpos angélicos” dos internautas conectados em rede:

Meu corpo angélico no mundo virtual exprime minha contribuição para a inteligência coletiva, ou minha postura singular em relação ao saber comum. Ora, esse corpo angélico não atinge jamais a extensão completa do mundo virtual que o contém e que é como o Anjo do coletivo (Lévy, 1998: 93).

A passagem é certamente tão hermética quanto as metáforas que emprega: tanto no sentido de ser intrincada, obscura (ou em última instância incompreensível), como no sentido de ser tributária de uma gnose nos mesmos moldes daquela tributária do lendário Hermes Trismegisto, inventor de inumeráveis tecnologias espirituais e materiais.

Um dos traços mais comuns do uso de metáforas como a do anjo é sua imprecisão. Essa indefinição não é uma qualidade acidental, mas revela, na verdade, uma prática retórica típica de certos discursos ciberculturais – e também dos discursos esotéricos ou religiosos. Na descrição de realidades numinosas, pode-se atuar apenas por aproximação tateante e analogias vagas. O objeto a ser apresentado sempre se subtrai aos poderes, necessariamente limitados, da linguagem humana. John Perry Barlow, por exemplo, utiliza a figura do anjo para definir qualquer entidade

informativa (Cf. Zaleski, 1997: 39), metáfora que de fato não parece esclarecer grandemente o conceito, mas que possui sem dúvida grande força poética e sugere os grandes poderes da informação².

Na antiga cultura hebraica, a figura do anjo aparecia como uma espécie de enviado ou mesmo como um aspecto visível da divindade. Na verdade, a palavra hebraica *málach*, derivada da raiz *laach*, “delegar”, “enviar”, significava simplesmente “mensageiro”.³ Friedman nota que muitas narrativas bíblicas que mencionam a ação de anjos confundem momentos em que o anjo fala por Deus com momentos onde o próprio Deus parece se manifestar diretamente. Essa confusão se desfaz, segundo Friedman, se aceitarmos a idéia de que os anjos não são criaturas independentes de Deus, mas são antes “concebidas como expressões da presença de Deus” (1995: 12)⁴. Também nossos anjos ciberespaciais podem ser encarados como uma forma de apresentação do divino, ou pelo menos como expressões de um desejo de divinização. A subjetividade pneumática não se contenta em cumprir o papel de mensageira da grande divindade informativa, ela almeja tornar-se um análogo do divino. Eis o sonho de Pierre Lévy: “*por que não tentar constituir intelectuais coletivos capazes de atingir a liberdade divina?*” (1998: 100).

A figura mítica da subjetividade pneumática carrega consigo uma série de mitos ancilares, todos de algum modo conectados à idéia da superação dos limites impostos pelo corpo e da divinização da inteligência em rede. Um dos mais interessantes é o que se pode definir como mito da comunicação total. Anjos incorpóreos vagando pelo ciberespaço não

encontram barreira alguma para estabelecer conexões e comunicar-se. Quando nos comunicamos através do computador, imagina Stewart Brand, nos relacionamos *“como anjos (...) como essas inteligências incorporais de grande intimidade”* (apud Dery, 1996: 56). A intimidade possibilitada por essa forma de comunicação angelical se apresenta, de fato, como absoluta. Ela implica o desaparecimento das próprias fronteiras do ego, no sentido de resultar em uma entidade próxima do que Lévy denomina *“inteligência coletiva”*. Nesse sentido, o mito põe em jogo também a própria noção de mediação, já que o ideal da comunicação total envolve o desaparecimento do meio. Imediatez, instantaneidade, intimidade: eis as palavras de ordem da mitologia da comunicação total. Aquilo que é imediato é de natureza espiritual. Sem o meio, sem a dureza da matéria, os anjos ciberespaciais passeiam livremente pelos virtualmente infinitos domínios da rede. Se compartilharmos da tese de Bolter e Grusin, nossa cultura tecnológica sofre do fascínio pelo tema da imediação. E, mais que nunca, graças às novas tecnologias digitais, a hipermediação equivale à imediação. Desejamos desfazermos-nos de nossos meios no ato mesmo de multiplicá-los incessantemente: *“a lógica da imediação dita que o próprio meio deve desaparecer e deixá-los em presença da coisa representada”* (2002: 9).

Mas será que o mito da comunicação total ainda pode ser visto como uma real expressão do desejo comunicacional? Comunicação implica alteridade, a relação com a diferença e a manutenção de certa distância. As fantasias da comunicação angelical conduzem ao desaparecimento das identidades definidas e, em última instância, à própria noção de singularidade. Como nos antigos gran-

des sonhos de unidade mística, a inteligência coletiva pode apenas dissipar toda alteridade num mar absoluto de indiferença. Os místicos descreveram essa experiência do desaparecimento de si e da vivência do uno: *noche oscura del alma*, em San Juan de la Cruz, *Übernichts*, em *Ängelus Silesius*. E não existe linguagem apropriada para descrevê-la, pois é incomunicável. A unidade absoluta não permite o discurso; pelo contrário, abole-o, já que no todo não existe a necessidade (ou possibilidade) de dizer coisa alguma. O anjo, mediador entre Deus e o homem, também nasce desse desejo de imediação, pois não possui identidade própria, pois pode ser entendido como manifestação da própria divindade: *mídia imediata*. Ele certamente transmite algo, mas trata-se de um algo imperativo, que pouco dá margem à resposta ou ao diálogo. O anjo é expressão de uma voz absoluta, e, nesse sentido, ele anula a possibilidade da comunicação para impor uma palavra total, única, final. A ilusão da comunicação total presente na tecnocultura contemporânea é também denunciada por Lucien Sfez em outros termos:

Em um universo onde tudo comunica, sem que se saiba a origem da emissão, sem que se possa determinar quem fala, seja o mundo técnico ou nós mesmos, nesse universo sem hierarquias, exceto as emaranhadas, no qual a base é o cimo, a comunicação morre por excesso de comunicação e se acaba numa interminável agonia de espirais. É a isso que nomeio como “tautismo”, neologismo que contrai autismo e tautologia, embora evocando a totalidade, o totalitarismo (1988: 32-33).

Outro mito-apêndice do imaginário do anjo ciberespacial é a fantasia da mobilidade total. Imerso em um mundo sem fronteiras, sem limites, o “ciberanjo” desfruta da mais absoluta liberdade de movimentos. Como subjetividade pneumática, pode deslocar-se ou estender-se à vontade; pode até mesmo almejar a ubiqüidade. Na verdade, não se trata apenas de mobilidade, senão da possibilidade de modelar o ‘espaço’ circundante. Como assinala Margaret Morse, no imaginário do ciberespaço e da subjetividade digital, reside uma resposta ao comando: “*Dê-me um outro mundo!*” (1998: 183). E com um sentido evidente de assombro, Morse narra sua primeira experiência de realidade virtual como a descoberta de um espaço responsivo. O espaço digital responde aos comandos do anjo, seu mover-se é um modelar daquilo que o cerca. Como descreve Marcos Novak, “*o ciberespaço é um habitat para a imaginação*” (1992: 225). É o céu etéreo e fluídico próprio à morada dos anjos.

A mitologia angelical, que de formas diversas esteve desde sempre presente nas mais variadas tradições religiosas, parece fortalecer-se em épocas de crise aguda. Essa, pelo menos, é a tese de Harold Bloom, que encara a figura angelical como um sinal do milênio (*Omens of millennium*), como algo que se manifesta nos horizontes do sonho, da morte e da crise. Neste agudo momento de grandes transformações e agonias culturais, a mitologia dos anjos ressurgue com força total, ainda que muitas vezes de forma corrompida pela cultura popular. Para Bloom, a figura autêntica do anjo não pode ser reduzida à imagem do simples guardião propalada

pela cultura massiva; ele deve ser, antes, o portador de mensagens proféticas e profundas visões (1996: 42). Nesse sentido, a metáfora do anjo ciberespacial talvez pudesse ser encarada como uma expressão (digital) desse autêntico significado (um significado gnóstico, como destaca Bloom) do símbolo angelical. Ele aponta, no âmbito das fantasias “tecnoreligiosas”, para o aspecto visionário atribuído a tecnologias como a do ciberespaço (Lieb, 1998: 65). Mas mesmo nesse sentido, o novo anjo acaba sendo apenas um êmulo bastardo do original. Ele é mais sintoma, aspecto de um processo de mistificação ou fetichização do tecnológico do que mensageiro profético que revela a essência do tecnológico. Não é revelação, é mera informação.

A “visão” trazida pela figura da subjetividade pneumática do ciberespaço, pelo “corpo angélico” ou inteligência plural de Lévy, parece traduzir um profundo anseio da cultura contemporânea por uma forma de espaço mental coletivo, expresso, por exemplo, no crescente interesse por fenômenos paranormais e ficções que lidam com tais temas. Como afirma Margaret Wertheim, *“um dos grandes apelos do ciberespaço é o de oferecer uma arena coletiva imaterial não após a morte, mas no aqui e agora da terra”* (1999: 234). Mas a pretensão final das imagens que freqüentemente povoam os entusiastas discursos sobre o ciberespaço aponta para expectativas de transcendência do aqui e agora, de superação do corpo e dos limites espaço-temporais por ele imposto. Essa expectativa fundamenta-se, assim, nos princípios de desmaterialização corpórea e extensão da consciência (chegando mesmo, como vimos, ao rompimento das fronteiras da consciência individual). De fato, a

maior parte dos cibermitos, senão todos eles, parecem articular-se em torno do tradicional par corpo/espírito ou substância extensa e substância pensante, na terminologia cartesiana. A um horror da materialidade tipicamente gnóstico, soma-se o desejo da expansão infinita ou do rompimento dos limites – a “prazerosa confusão de fronteiras”, como define Donna Haraway (2000: 42). Esse imaginário impede pensar o importante impacto material das tecnologias no ambiente cultural e nos processos de acoplagem entre organismo e máquina, impacto explorado por teorias como a das materialidades da comunicação (Cf. Gumbrecht & Pfeiffer, 1994). A tecnologia é imaginada como algo progressivamente invisível, imaterial e espiritual, em lugar de ser pensada na sua concretude num ambiente de sujeitos igualmente materiais. Tal imaginário enfraquece, assim, qualquer perspectiva que *“reconheça e celebre a finitude humana como uma condição do ser humano, e que entenda a vida humana como embebida em um mundo material de grande complexidade, do qual dependemos continuamente para nossa sobrevivência”* (Hayles, 1999: 5).

Na retórica peculiar desses discursos “ciberutópicos”, o sujeito alegremente se despoja do corpo para vivenciar a fantasia de um poder sem limites. Análogo do divino, ele constrói e reconstrói mundos a seu bel prazer. De que outro modo entender o acento extraordinariamente gnóstico das palavras de William Covino?

Entro na Net teclando o exato código requerido por meu software de transmissão, e materializo as partes desse imenso corpo ciberespacial através de códigos adicionais. Assim, ao teclar ‘ukanaix.cc.ukans.edu’ para acesso ao

domínio hipertextual da Internet conhecido como 'World Wide Web', eu imito o poder invocatório do adepto medieval, trazendo à luz o mundo virtual (*apud* Lieb, 1998: 69)

Demiurgo tecnológico, o sujeito pneumático talvez constitua uma das mais paradoxais conseqüências do declínio da interioridade na cultura contemporânea. Reação radical ao enfraquecimento ou fragmentação da subjetividade, que deseja desesperadamente reter pelo menos uma fantasia de agência. Nesse sentido, como sugere Francisco Rüdiger, “*o discurso da liberdade identitária na internet e da multiplicidade dos ‘eus’ na rede pode em realidade constituir expressão disfarçada de um desejo de individualidade ainda mais poderoso e solipsista.*” (2002: esp. 112-134) Numa perspectiva bastante sombria, o sujeito coletivo das redes seria assim um eu absoluto, que deseja constituir-se em oposição mesmo às expressões da alteridade. Esse sujeito muitas vezes limita-se a ratificar o mesmo, no sentido em que, como conclui um estudo de etnografia da internet citado por Rüdiger, “*os internautas, em sua maioria, não conseguem abrir-se ao outro*” (Rüdiger, 2002: 127). Quando lidos por meio de um rigoroso processo de *desmitologização*, certos discursos do imaginário cibercultural expressam, desse modo, um lado menos evidente (mas, quiçá, mais autêntico) das práticas de “socialização” virtual: as fantasias de poder de um sujeito adestrado nas vivências tradicionais do mundo capitalista.

A gnose se constituía numa religiosidade elitista, prática iniciática reservada a uns poucos privilegiados, os homens pneumáticos. Os sonhos da “ciberutopia” também apontam freqüentemente para um impulso de

exclusão. A aptidão tecnológica, o acesso aos instrumentos informáticos, a familiaridade com o mundo da técnica e a capacidade de visualizar o futuro constituem os traços necessários de uma nova casta de sujeito pneumáticos. A tecnoreligião constitui, assim, o reino perigoso onde, segundo David Noble, *“a empresa tecnológica é desviada das finalidades humanas e mundanas que deveriam guiar seu extraordinário potencial para tornar-se uma forma de irracionalismo totalitarista.”* (1999: 6) Nesse contexto, a figura do sujeito pneumático é uma fantasia que devemos combater impiedosamente. O imaginário, a metáfora, a analogia podem tanto constituir instrumentos de compreensão e liberação como prisões nas quais nos acomodamos em permanecer no mundo dos devaneios egocêntricos. Como diz Margaret Wertheim, *“como um subconjunto da imaginação científica, a ciberimaginação está se tornando uma poderosa força na modelagem de nosso mundo, e faríamos bem se nos mantivéssemos resolutamente atentos ao seu funcionamento”* (1999: 257).

O estudo disso que poderíamos definir como um “imaginário tecnológico” deve constituir o primeiro passo na elaboração de uma visão mais perspectivada da tecnologia em nosso mundo de espantosas e rápidas transformações. Como lembra Lucien Sfez, *“as metáforas não são nada sem os contextos políticos e metafísicos que elas defendem. Tampouco esqueçamos que elas não passam de instrumentos, desmesuradamente glorificados pelos efeitos da moda”* (1988: 26). A crítica da metáfora do anjo ciberespacial e do sujeito incorporal revelam a face gnóstica do que chamei do modelo de subjetividade pneumática. Essa subjetividade, na forma como é imaginada pelas fantasias ciberculturais, não representa necessariamente

um processo de libertação identitária ou um exercício de criatividade ilimitada por parte dos indivíduos. Como adverte Anne Balsamo, a eliminação das limitações corporais “*não implica que as pessoas irão exercer a ‘liberdade de ser’ qualquer outro tipo de corpo que não aquele do qual elas já desfrutaram ou aquele que desejam.*” (2002: 496) A subjetividade pneumática é menos expressão de uma estética do ser livremente do que manifestação de um querer dirigido a determinado objetivo. Um querer que, em última instância, é ânsia de totalidade e domínio.

O anjo do imaginário cibercultural é, portanto, um anjo caído desejoso de criar seu próprio mundo para assim poder contornar as recusas que este lhe impõe. Diferentemente do *Angelus novus* da alegoria de Benjamin nas *Teses sobre o conceito de história*, o anjo ciberespacial não deseja redimir as ruínas do passado ou recuperar a história dos vencidos. Ele só consegue ter a visão de um futuro utópico, dominado pelos mitos do fim da história e pela idéia de um novo paraíso virtual, onde nossa grande tarefa não será mais adorar a divindade, mas criá-la⁵.

Abordando o tema da metáfora angélica na cibercultura, Reinhold Esterbauer dissecas as semelhanças e diferenças entre os anjos da tradição religiosa (pensados com base nas teses da *Summa theologiae* de Aquino) e suas novas versões digitais. Dentre as diferenças, talvez a mais importante seja o esvaziamento do anjo, que deixa de ser portador de uma mensagem significativa para tornar-se mero transmissor de informação. “*Com os novos meios, chegamos ao ponto em que (...) os conteúdos se volatilizam e ‘anjos vazios’ entram em atividade como mensageiros que não encontram receptores nem para a sua informação, muito menos ouvintes para seu discurso.*” (2001:

150) São anjos solipsistas, imersos em si mesmos e incapazes de enfrentar a alteridade. São, enfim, os sujeitos ideais de uma religião em que a criatura torna-se a divindade do criador.

Notas

¹A lista é extensa. Entre os maiores estudiosos da antiga gnose contam-se Elaine Pagels e Hans Jonas. Sobre o impacto da gnose na cultura do Ocidente, em suas dimensões sociais, políticas ou epistemológicas, podemos citar as obras de Eric Voegelin, Giacomo Marramao e Hans Blumenberg.

²Um cibernauta assim aproxima hermetismo, figuras angélicas e cibercultura: “As ciências ocultas visavam cooperar com as forças angélicas, de modo a promover o conhecimento. Os anjos das ciências ocultas eram os cavaleiros do Rosicrucianismo, ao passo que os anjos do ciberespaço são os magos da informática. A estória de Christian Rosenkrenz, a cidade de Cristianópolis e o tema do ciberespaço estão, portanto, intimamente ligados”. Mihalache, Adrian, “Cyberspace as utopia”, disponível em <http://www.spark-online.com/january01/discourse/mihalache.html>.

³ Cf. o léxico hebreu-caldaico de Gesenius: *Gesenius' Hebrew and Chaldee Lexicon*. Baker Books: Grand Rapids, 1993.

⁴ É curioso notar como Harold Bloom, cujas reflexões sobre os seres angélicos serão descritas adiante em detalhe, corrobora essa perspectiva: “Eu notei que, freqüentemente, eles [os anjos] são substitutos do redator [bíblico] para ousadas aparições do próprio Deus diante de homens” (1996: 45).

⁵ Cf. a declaração de Arthur C. Clarck: “A história chegará a um fim...Pode ser que nosso papel no planeta não seja adorar a Deus – mas criá-lo” (apud Dery, 1996: 30).

Referências bibliográficas:

ABELLIO, Raymond. *La structure absolue: essai de phénoménologie génétique*. Paris: Gallimard, 1984.

ALONSO, Andoni & Arzo, Iñaki. *La nueva ciudad de Dios: un juego cibercultural sobre el tecno-hermetismo*. Madrid: Siruela, 2002.

BALSAMO, Anne. “The Virtual Body in Cyberspace.” In: Bell, David & Kennedy, Barbara. *The Cybercultures Reader*. London: Routledge, 2002.

BENEDIKT, Michael. *Cyberspace: first steps*. Cambridge: The MIT Press, 1992.

BLOOM, Harold. *Omens of millenium: the gnosis of angels, dreams, and resurrection*. New York: Riverhead Books, 1996.

BOLTER, Jay D. & GRUSIN, Richard. *Remediation: understanding new media*. Cambridge: The MIT Press, 2002.

DAVIS, Erik. *Techgnosis: Myth, magic+ mysticism in the age of information*. New York: Three Rivers Press, 1998.

DERY, Mark. *Escape Velocity: Cyberculture at the end of the century*. New York: Grove Press, 1996.

ESTERBAUER, Reinhold. "Deus no ciberespaço – sobre os aspectos religiosos dos novos meios." In: Esterbauer, R., Ruckebauer, Hans-Walter & Kolb, Anton (orgs.). *Ciberética: responsabilidade em um mundo interligado pela rede mundial*. São Paulo: Loyola, 2001.

FRAILE, Guillermo. *Historia de la filosofía II*. Madrid: Editorial Católica, 1960.

FRIEDMAN, Richad Elliot. *The disappearance of God*. Boston: Little, Brown & Company, 1995.

GUMBRECHT, Hans Ulrich & PFEIFFER, Karl Ludwig (orgs.). *Materialities of communication*. Stanford: Stanford University Press, 1994.

HETHERINGTON, Kevin. "Phantasmagoria/Phantasm Agora: materialities, spatialities and ghosts." In: *Space and culture 11/12*. Ottawa: Carleton University, Dezembro de 2001.

HARAWAY, Donna. "Manifesto ciborgue." In: Tadeu da Silva, Tomaz (org.). *Antropologia do ciborgue*. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

HAYLES, N. Katherine. *How we became posthuman: virtual bodies in cybernetics, literature and informatics*. Chicago: University of Chicago Press, 1999.

LÉVY, Pierre. *A inteligência coletiva*. São Paulo: Loyola, 1998.

LIEB, Michael. *Children of Ezekiel: aliens, UFOs, the crisis of race and the advent of end time*. Durham: Duke University Press, 1998.

MAFFESOLI, Michel. *A conquista do presente*. Rio de Janeiro: Rocco, 1984.

MARTINS, Hermínio. *Hegel, Texas – e outros ensaios de teoria social*. Lisboa: Século 21, 1996.

MORSE, Margaret. "Cyberscapes, control and transcendence: the aesthetics of the virtual." In: *Virtualities: television, Media art and cyberculture*. Bloomington: Indiana University Press, 1998.

NOBLE, David. *The religion of technology: the divinity of man and the spirit of invention*. New York: Penguin, 1999.

NOVAK, Marcos. "Liquid architectures in cyberspace." In: Benedikt, Michael. *Cyberspace: first steps*. Cambridge: The MIT Press, 1992.

RÜDIGER, Francisco. *Elementos para uma crítica da cibercultura*. São Paulo: Hacker, 2002.

SFEZ, Lucien. *Critique de la communication*. Paris: Seuil, 1988.

STENGER, Nicole. "Mind is a leaking rainbow." In: Benedikt, Michael. *Cyberspace: first steps*. Cambridge: The MIT Press, 1992.

TERRÉ-FORNACCIARI, Dominique. *Lés sirènes de l'irrationnel: quand la science touche à la mystique*. Paris: Albin Michel: 1991.

TIPPLER, Frank J. *The physics of immortality*. New York: Anchor Books, 1995.

WERTHEIM, Margaret. *The pearly gates of cyberspace: a history of space from Dante to the internet*. New York: W.W. Norton & Company, 1999.

ZALESKI, Jeff. *The soul of cyberspace*. New York: Harper Edge, 1997.

Erick Felinto é coordenador da Pós-Graduação em Comunicação Social da UERJ, onde integra ainda a linha de pesquisas "Novas Tecnologias e Cultura"

Por “inspiración sensible” - estratégias jesuíticas de conversão

Eliane Cristina Deckman Fleck*

RESUMO

As estratégias de conversão empregadas pelos missionários jesuítas refletem a difusão do imaginário cristão nas reduções da Província Jesuítica do Paraguai no século 17. A documentação jesuítica refere o ardor carismático de que se revestiam as manifestações de religiosidade nas reduções, tomando-as como indícios da adesão aos valores cristãos e como demonstração pública da assimilação da “civilização dos afetos e da conduta”.

Palavras-chave: Jesuíta, conversão, sensibilidade religiosa

ABSTRACT

The converting strategy used by the Jesuit missionaries reflects the diffusion of the Christian imaginary in the settlements of the Jesuitical Province of Paraguay in the 17th century. The Jesuitical documentation refers the charismatic forwardness of the manifestations of religiosity in the settlements, understanding them as indications of the adhesion to the Christian values and as public demonstration of the assimilation of the “civilization of the affections and conducts”.

Keywords: Jesuit, conversion, religious sensibility

RESUMEN

Las estrategias de conversión empleadas por los misioneros Jesuitas reflejan la difusión del imaginario cristiano en las reducciones de la Provincia Jesuítica del Paraguay en el siglo 17. La documentación jesuítica refiere el ardor carismático de que se recubrían las manifestaciones de religiosidad en las reducciones, tomando-las como indicios de la adhesión a los valores cristianos y como demostración pública de la asimilación de la “civilización de los afectos y de la conducta”.

Palabras clave: Jesuíta, conversión, sensibilidad religiosa

“Para tirar-lhes os pecados públicos e pô-los sob policiamento.”

Em 1601, o Superior Geral da Companhia de Jesus decidiu reunir as regiões do Rio da Prata, Tucumã e Chile, numa Província independente, com o nome de “Paraguay”. O 1º Concílio do Rio da Prata, realizado em Assunção, em 1603, tem, neste contexto, uma importância fundamental por estabelecer as metas a serem alcançadas pelos missionários, as orientações e os meios a serem empregados para “la enseñanza de la doctrina a los indios y la reforma de costumbres de los españoles” (MATEOS, 1969, p.321).

As determinações resultantes deste Concílio tornaram-se, portanto, um referencial determinante para o trabalho missionário, refletindo-se nas duas Instruções do padre Diego de Torres Bollo (1609 e 1610) ¹ aos missionários que atuavam junto aos Guaranis no Paraguai. Estas duas Instruções renovam as metas estabelecidas em 1603 e reforçam determinadas orientações quanto à metodologia a ser empregada pelos missionários, enfatizando a necessidade de “tirar-lhes os pecados públicos e pô-los sob policiamento”, bem como de afastar os feiticeiros, por serem muito perniciosos e incitarem os índios a permanecerem em suas superstições (Apud RABUSKE, 1978, p. 25). Estes aspectos ficam evidenciados neste registro que expõe os objetivos da ação missionária jesuítica e as estratégias empregadas:

De semejante modo les habló el Padre:
Que había venido de España a estas remotas
tierras, abandonando todo, unicamente para
arrancarlos de las tinieblas de la gentilidad y
conduzirlos a la admirable luz del Evangelio.

Esto sólo era el deseo de su corazón y para lograr este fin, no ahorraría trabajo ninguno hasta que saliesen de la miserable esclavitud del demonio, nuestro cruel enemigo comun. Por lo tanto, que lo escuchasen con docilidad, y que hiciesen todo que les iba a enseñar. Entonces, en lugar de marcharse al fuego del infierno, por sus muchos pecados, irían a los premios eternos (LEONHARDT, 1927, p. 34).

Demônios e feiticeiros

Os feiticeiros eram o alvo preferencial da ação catequética dos Jesuítas, como fica evidenciado na recomendação de que “repreendam nisso os culpados nos demais vícios públicos corrijam-nos e os castiguem a seu tempo com amor e inteireza, especialmente os feiticeiros [...]”(Apud RABUSKE, 1978, p. 27).

Sob a ótica dos missionários, o demônio insistia em prejudicar o trabalho de conversão através dos incidentes promovidos por magos e feiticeiros, isto porque “[...] o demônio procura remedar em todas as partes o culto divino com ficções e embustes [...] achou o demônio fraudes com que entronizar a seus ministros, os magos e feiticeiros, a fim de que sejam a peste e ruína das almas” (MONTROYA, 1985, p. 104).

À presença ameaçadora dos demônios foi, no entanto, atribuída uma justificativa e, principalmente, uma função moral, como se observa nos registros feitos sobre os castigos que sobrevinham aos que roubavam, cometiam adultério ou deixavam de frequentar a missa. O registro que transcrevemos informa ainda sobre a prática do exorcismo.

Num domingo, estando todos a ouvir o sermão e a missa, somente esse índio ficou em sua granja. Começaram então ali os demônios a dar vozes como de vaca, bramidos como de touro e mugidos como de bois, bem como imitar as cabras. Espantado, o pobre índio se recolheu a sua choça, sem se atrever a sair de lá, por tomado de medo. Vindo gente à tarde, o índio lhes contou a respeito de sua aflição e, andando eles por aquelas plantações, viram várias pegadas de animais e uma delas de formato tão pequeno, que parecia ser de uma criança recém-nascida. O pior, contudo foi que (os demônios) deixaram toda aquela plantação amarelecida e como se um fogo a tivesse chamuscado no domingo seguinte aconteceu o mesmo. [...]. Só não se tratou de confessar-se aquele índio mal habitado. Pediram-me remédio e, depois da missa, eu fui até aquele posto [...]. Revesti-me de sobrepeliz e tomei na mão a água benta e, em nome de Jesus Cristo [...] mandei-lhe (ao demônio) que fosse embora daqueles lugares e que em povo algum fizesse dano. Pus num copo fechado um pedaço da sotaina de Santo Inácio e nunca mais voltou o demônio. Levei comigo ao povoado aquele índio, que fez uma boa confissão e, de lá em diante, foi cristão bastante exemplar (MONTTOYA, 1985, p.102-103).

Em outra ocasião, Montoya relata que presenciou a admoestação de cinco demônios a um jovem adoentado:

Estando ele num aposento pegado ao meu [...] e sendo já perto das onze da noite, viu

que, por um ângulo ou cantinho da parede, entravam cinco demônios ferozíssimos - [...]. A cabeça de um deles era de porco, a do outro de vaca e do mesmo estilo as dos demais. Tinham os pés de vacas, de cabras e pássaros enormes. Estavam com as unhas compridas, as pernas finíssimas e, despedindo de seus olhos raios como de fogo (MONTROYA, 1985, p. 80).

O assédio do demônio era associado à reincidência nas antigas práticas rituais, como neste registro em que se informa também sobre o castigo divino que se abateu sobre os transgressores:

Unos cincuenta cristianos se habían ido a muy apartadas montañas para recolectar yerba. En el camino encontraron una enorme peña, un poco semejante a la figura de un hombre, llamado por los bárbaros aña ciba, es decir frente del demonio. A este monstruo de piedra ofrecen los infieles dones, para conseguir un feliz viaje [...] Pagaron muy caro su impiedad. Se enfermaron todos estos supersticiosos, y solos ellos muriéndose algunos y quedando los demás tan estropeados, que para un viaje de veinticuatro días echaron meses enteros (D. H. A., 1924, p. 693).

Neste sentido, vale observar que as imagens dos feiticeiros mais freqüentes nos registros são as que os identificam com demônios e realçam sua aparência monstruosa², como nesta referência ao feiticeiro Zaguacari:

Naquela redução [...] havia um índio vivo, que em sua existência e na disformidade de seu corpo, muito se parecia ao diabo. Chamava-se ele Zaguacari, que pretende significar o mesmo que “formosinho”. Pouco, no entanto, lhe convinha este apelido, porque ele era de estatura muito baixa e tinha a cabeça apegada aos ombros e, para virar o rosto para trás, impunha-se-lhe girar todo o corpo. Os dedos de suas mãos e pés imitavam não pouco os dos pássaros, pois eram torcidos para baixo. Só se viam as canelas em suas pernas, sendo que tanto nos pés como nas mãos ele possuía pouca ou nenhuma força (MONTTOYA, 1985, p. 146).

Predicando por “*inspiración sensible*”

Segundo os missionários, eram os demônios que levavam os indígenas a cometer pecado, reforçando a necessidade de – mediante os sermões – torná-los “unos buenos luchadores en los combates contra los enemigos invisibles” para que possam “defenderse contra las tentaciones de parte de las malas pasiones, por medio del escudo de la fe y del santo temor de Dios” (MAEDER, 1984, p. 128 – 129).

Os sermões empregavam largamente os relatos edificantes e introduziam os indígenas nos mistérios da fé, atendendo a recomendação feita pelo P^e. Diego de Torres Bollo de que “[...] Sejam os sermões tais que se lhes declare algum mistério, artigo ou mandamento, repetindo-o muitas vezes e usando de comparações e exemplos” (Apud RABUSKE, 1978, p. 26). Em razão

disso, eram considerados meios privilegiados e eficazes para a conversão religiosa e para o comportamento virtuoso. A “boca do pregador” era identificada à “boca de Deus”, sendo instrumento com que a graça se manifestava e transformava os homens.

Em uma sociedade ágrafa como a Guaraní, foram largamente empregadas imagens cristãs como a do céu e do inferno, colaborando para uma percepção facilitadora dos elementos básicos do Cristianismo, bem como para implementar uma estrutura perceptiva marcada por uma predisposição à materialização da sensibilidade religiosa.

As visões e os sonhos dos indígenas registrados pelos missionários jesuítas estão evidentemente associados aos sermões, aos conselhos e às advertências feitas aos transgressores ou vacilantes, bem como às encenações teatrais que, constituindo-se em verdadeiros espetáculos de exaltação religiosa, dispunham os indígenas a externar publicamente suas culpas, arrependimento e louvor a Deus “para poner terror a otros” ou para demonstrar o “cambio de sus sentimientos”.

Os missionários se valeram amplamente da imaginação, para atingir estados almejados de emoção religiosa, inculcando medo e horror, através das alegorias celestiais.

“[...] muito conveniente era fazer-se alguma boa demonstração pública, para confusão dos sacerdotes desses ídolos e desengano dos povos [...]. Reunida toda gente na igreja, fez-se-lhe um sermão, em que se tratou do verdadeiro Deus, da adoração que lhe é devida da parte das

criaturas, e dos enganos do demônio [...] das mentiras e ardis dos magos. [...]. Tirado esse estorvo, aquela gente começou a freqüentar com assiduidade a igreja, e os cristãos a confissão (MONTROYA, 1985, p. 108- 109).

A permanente luta entre o bem e o mal se manifesta no discurso missionário jesuítico, opondo o céu ao inferno e os anjos ao demônio, como se pode observar nestas passagens extraídas da Ânua de 1637-39:

Cierto indio cayó gravemente enfermo. Ya se le acercaba el último momento, cuando quedó un poco dormido. Soñó que fue llevado al borde de un terrible precipicio, donde vio un joven que los detuvo y les dijo: Sin duda ya te quemarías en este fuego, si Dios no hubiera tenido lástima de ti (MAEDER, 1984, p. 99).

Así permitió que los demonios molestasen al enfermo, llevándolo en apariencia a los fuegos eternos. Al instante aparecieron dos ángeles para sacarlo de las garras del demonio (MAEDER, 1984, p. 122).

Há ainda um outro registro que evidencia que os sonhos faziam parte de um processo de exame de consciência e purificação espiritual pela confissão dos pecados.

Una india de muy mala vida, estaba tan obstinada que huía de la confesión. Dios tuvo misericordia de ella, sin que ella diera ocasión para ello. Vio ella, como después contó, a un hermoso niño, que la conducía por medio de unos precipicios hasta un pozo muy profundo y terrible, de donde salían tristes gemidos y horribles aullidos. Vio allí unos monstruos negros, que revoloteaban por unas espesas nieblas y el fuego que estaba chisporroteando en los abismos. Entonces dijo el niño a la india: Allí te echarán abajo, si no te arrepientes de

tus pecados tan sucios, y no te confiesas. Desapareció el niño y la india se despertó. Al amanecer se apresuró a ir a la iglesia, contó lo que había visto, y con gran dolor de su alma se confesó de sus pecados (MAEDER, 1984, p. 96).

A visão do inferno presente no sonho dessa indígena é descrita com colorações tão vivas que o temor produzido nela deve ter ocasionado não só sua confissão, mas a internalização da permanente ameaça de experimentá-lo concretamente.

As Cartas Ânua nos permitem ainda avaliar o impacto dos sonhos e das visões sobre as condutas dos índios reduzidos:

Obtinadamente siguió aquel joven en su mala vida, haciendo con sangre fría las más grandes barbaridades. La misericordia de Dios, empero, había resuelto sacudir aquel corazón endurecido. Estaba una vez durmiendo, cuando se vio puesto, por medio de unos demonios, delante del tribunal del Eterno Juez. Sigió el sumario y se pronunció la sentencia. Sintióse el joven azotado barbaramente por los demonios, y cuando despertó, le atormentó el dolor en todo su cuerpo que no pudo levantarse. El gran sufrimiento le hizo volver a buen juicio y arrepentirse de veras. Llamó el Padre e hizo una larga y buena confesión. Sanó en alma y cuerpo, y persevera en el buen camino (MAEDER, 1984, p. 34).

Há, também, o registro de uma indígena que debilitada por complicações decorrentes de um parto, desfalece e sonha. O missionário não descuidou de valorizar a “morte aparente” e a fanática conversão que se seguiu:

En su mocedad esta india despues de averle muerto dos hijuelos ahogo al ultimo trance de la vida de un reveçado parto, dispuso sus cosas como quien en fin conoçía era llegada su hora y delante de muchos que la asistían perdió los sentidos y quedó como muerta por tal la juzgaron los circunstantes por grande espacio de tiempo aunque ella no sabe o que verdaderamente en esto pasó, mas de que en este tiempo y sin parecerle se avia apartado de donde estaba, se halló en un lugar eminente de donde la subieron por unas gradas y en lo alto de ellas estava una casa toda fabricada de oro y queriendo entrar por la puerta descubrió desde ella gran muchedumbre de gente y un altar y unos Padres con el traje de la Compañía y a sus dos ijuelos difuntos que asistían sirviendo a los dos lados los cuales acusaron la madre que no sabía las oraciones y que assi no devia franquearsele la entrada (...) en la qual se volvió a Nuestro Señor invocando su favor y repitiendo muchas vezes: Madre de Dios, Madre de Dios en su ajuda con lo qual se cobró del arrobamiento y paracismo y en breve sanó de su achaque, quedando tan aficionada a las cosas divinas que agora vieja como es va de un pueblo a outro por asistir a los misterios de la misa donde saben que se celebran (MAEDER, 1990, p. 34 – 35).

A crença nas aparições das almas do Purgatório que vinham pedir aos vivos missas e orações para a reparação de erros por elas cometidos, fica expressa nas passagens abaixo:

Aviendose una mujer ya defunta aparecido a su marido le mando fuese al Pe a pedirle de su

parte una misa hiçolo el hombre: prometiose la el Pe mas olvidado quando estaba en el altar ofreciola por otra intención, reparando a la noche en su descuydo le salteo algun recelo no fuese el alma de la difunta a darle el recuerdo al ponto le tocaron a la puerta y entendio claramente que aquella alma le pedia su socorro dixole la misa y no volvio más. Otra vez estando solícito por la salvacion de un penitente suyo defunto se le mostro, durmiendo el Pe, con rostro risueño y preguntando de su estado en la vida le dixo sí no fuera bueno no me vieras con esta alegría (D. H. A., 1924, p. 259).

Batismo e Confissão

Significativas para a análise da construção dessa peculiar sensibilidade religiosa são estas passagens extraídas das Cartas Anuas, referente ao período de 1610-1613, fase inicial da implantação do modelo reducional, e que registram o medo dos indígenas de morrerem infiéis e de irem para o inferno em razão disso.

Han tenido ordinariamente sermones de doctrina xpana. [...] El medio que tomo Dios nro. Sr. para que estos entrasen en fervor en pedir el bautismo fue, que acabandoles de predicar un día en que se les trató de los bienes grandes del bautismo, se levanto un niño de doce a treçe años y hincado de rodillas y puestas las manos pidio por amor de Dios le baptizasen, diciendo temia mucho morirse infiel e irse al infierno, y asi queria ser hijo de Dios por el bautismo e irse al cielo, y haviendole dado el si, daba

saltos de placer y gozo, diciendo a todos
que el pe. le quería haçer hijo de Dios. (Apud
PASTELLS, 1912, p. 164)

É conveniente ressaltar que, na avaliação dos missionários, o temor da morte sem a confissão e sem a absolvição dos pecados e a perene ameaça do inferno levava os indígenas a procederem de acordo com suas recomendações. Isto pode se observado nas passagens da Ânua de 1637-1639:

Hubo uno que se adelantó tanto en su temeridad que ni siquiera respetaba el Sacramento de la Confesión. Pero no impunemente había provocado a Dios. Se enfermó gravemente. [...] Sus parientes tenían que se les iba a morir y al mismo tiempo que se condenase eternamente, ya que se hizo el desentendido a todos sus caritativos consejos. [...] Así murió impenitente y fue sepultado en el infierno, para servir de horrible escarmiento a los indios de la reducción. [...] por justo juicio de Dios fue privado en la hora de la muerte de los consuelos de la religión (MAEDER, 1990, p. 91).

Nos relatos que referem a administração do sacramento do batismo a moribundos, encontramos uma vinculação com a garantia da salvação:

[...] estando dando gracias vino su hijo a llamarme a gran priesa, que su madre se queria baptizar. fui y vi en ella eficacia de los medios divinos hallandola tan trocada que me espante. pidiome la baptizasse e instruyda en los misterios de nra santa fe y arepentindose de sus peccados recebido el baptismo murio (D. H. A., 1924, p. 77).

Caminando cinco o seis leguas de aquí en busca de un enfermo, acaso tope en el camino sin ir yo a

buscarle ni saber del un muchacho ya grande que estaba en una chozuela, y a al cavo de su vida, instruíle en los misterios de la fe que nunca avia oydo, bautize el y luego se fue al cielo (D. H. A., 1924, p. 289).

O apego à confissão também nos remete à absorção de sua eficácia mecânica pelos indígenas, como revela este trecho da Carta Ânua de 1637-39:

Es una excepción entre tanta gente, que alguien no quiera saber nada de confesión pues, los más son muy aficionados a ella, y no soportan la dilación cuando, por ejemplo, el confesor no acude pronto, retenido por un asunto importante que en aquel instante le ocupa. Temen la muerte imprevista y urgen para que sean oídos en confesión luego, aunque a veces no tienen nada de importancia que confesar, o lo hayan confesado ya tantas veces, haciendo esto, para ganar más gracias sacramentales (MAEDER, 1984, p. 96).

A observação do padre Zurbano de que os indígenas se confessavam “para ganar más gracias sacramentales” e que “son muy aficionados” à confissão, não o impediu de afirmar que “muy inclinados son los indios a hacer malas confesiones, lo que se comprende tomando en cuenta su rudeza e incapacidad para profundizar sus conocimientos religiosos” (MAEDER, 1984, p. 34).

Em relação ainda às “buenas confesiones” e às “malas confesiones”, cabe observar que se constituíram em preocupação recorrente dos missionários, como pode ser observado na Ânua de 1668:

Fue preguntado en el tribunal de la penitencia cierta mujer, si no tenía otros pecados más. Había

sucedido esto ya tres veces, negando ella los pecados, y recibiendo tres veces la absolución invalidamente, aunque estaba gravemente enferma, y próxima a morir. Felizmente recobró ella el ánimo para confesarse bien, y declaró que la causa de su malestar eran sus malas confesiones, viéndose ella perseguida de noche por un perro de terrible aspecto, lo cual le había perturbado más todavía. Después de haberse confesado, como convenía, murió (LEONHARDT, 1927, p. 20).

Deve-se observar que, na mesma Carta, são mencionadas repetidas confissões e as razões apontadas pelos indígenas para tal prática. Sentimentos de “vergüenza” e “humillación” são expressões constantes dos registros, indicando a interiorização de responsabilidade moral não identificada com a cultura e a ética guaranis. É provável que a humilhação sentida, ao se confessarem com vários confesores, os levasse a realmente abandonar as condutas indesejáveis, evitando, com isso, repetir a situação de constrangimento. Tendo-se em conta, no entanto, que o que os movia à confissão era a promessa da absolvição dos pecados, garantindo as bênçãos divinas e os livrando dos infortúnios.

Decorridos alguns anos, o padre Juan Ferrufino deixa entrever em suas observações, na Ânua de 1647-49, que a tarefa da conversão não estava concluída e que as adversidades continuavam tendo uma função “educativa”, devendo-se, por isso, manter as mesmas estratégias de conversão:

Así como se ve en la naturaleza que la siembra se arraiga más por el cierzo, y el arbol por el huracán. Así las cosas grandes se solidifican más por la adversidad.

[...] Esperamos, empero, que se convertirán por medio de nuestra solicitud y en consecuencia del remordimiento de su conciencia. Procuramos ganar su voluntad con favores, aunque nos hayan hecho tanto mal [...] (LEONHARDT, 1927, p. 155)

A necessidade de constantemente fazê-los sentir “el remordimiento de su conciencia”, além de indicar a frequência com que ocorriam desvios de conduta ou transgressões, atestam o senso de oportunidade (ou como preferem os missionários, por “inspiracion sensible”) dos jesuítas, que se utilizam dos sermões para instá-los ao “bom comportamento” ³:

Otro hombre perverso por largo tiempo supo ocultar el veneno de sus pecados que le consumía, y parecía irremediabilmente perdido, ya que sacrilegamente recibía los sacramentos. Un día vía como predicaba uno de los Padres Misioneros contra el crimen de la hipocresía y de ocultar pecados en la confesión (pues, como por inspiración se le había ocurrido predicar sobre esta materia). Causóle a aquel infeliz tanto dolor que le costó contenerse para no con alaridos manifestarse como el hombre mas perdido del mundo. Luego despues del sermón se puso a llenar tres hojas de papel con las listas de sus pecados, entre torrentes de lágrimas. Echóse a los pies del confesor y le entregó el papel entre muchos sollozos y bañado de lágrimas, desmayándose casi de dolor y arrepimiento. Libróle el confesor de la carga de su conciencia y desde aquel tiempo vivió con mucha edificación (LEONHARDT, 1927, p. 77).

Os registros feitos pelos missionários parecem indicar, realmente, uma alteração significativa nas atitudes dos indígenas:

Ay tan grande frecuencia de sacramentos, en especial de la penitencia que comúnmente no pueden los padres dar oídos a tantos. Con el de el altar tienen tan grande fe y devoción, que se previenen mucho antes para recibirle. Y a este temor es el provecho que sacan de la divina mesa, que campea en sus costumbres y se han visto en materia de honestidad muchos y muy illustres exemplos [...] Y si alguna vez por la malicia del demonio han caído se han impuesto de su voluntad muchas penitencias muy graves y dados extraordinarias muestras de dolor que todos son buenos indicios de las veras con que se han dedicado al Señor estos nuevos cristianos. [...] Cada día se juntan todos a rezar de comunidad el rosario, oír misa, dezir la letania de la Virgen y resplandecen entre todos con la inocencia devída, por lo qual hazen grande instancia para ser admitidos (Maeder, 1990, p. 125).

A moderação das emoções, a normatização de ações e a eliminação de comportamentos inconvenientes ficam evidenciadas nas referências à observância dos códigos de postura corporal, tais como os de curvar-se diante do santo em sinal de respeito, baixar a cabeça como forma de aceitar uma ordem, caminhar de uma determinada forma em procissão e ocupar um lugar específico dentro da igreja, durante a missa.

Transgressões e Penitências

Esta “civilização das condutas”⁴ dos indígenas será acompanhada de manifestações de fervor e de devoção, demonstrados no “chorar copioso”, durante a assistência às missas e na prática de penitências e de autoflagelação.

Vale lembrar a insistente recomendação de que os indígenas assistissem às missas, já que, para os

missionários, a “adesão corporal” a estas cerimônias evidenciava uma “adesão espiritual”⁶. Em razão disso, os indígenas ausentes à missa e omissos na observância dos rituais de exteriorização da fé, eram punidos com castigos físicos ou divinos.⁷

Essa percepção transparece claramente neste registro que integra a Ânuia de 1637 – 1639 e que, além de qualificar como justos os castigos divinos, define o que era considerado transgressão: “El castigo era muy justo, porque ya eran cristianos, y no obstante querían vivir a manera de los gentiles, vagando por los campos, olvidando o despreciando las prácticas religiosas” (MAEDER, 1984, p. 90).

A Ânuia referente aos anos de 1641 a 1643 informa sobre como eram identificados os transgressores e como se procedia para determinar as penitências.

Los domingos y fiestas se celebran con toda solemnidad, misa cantada y sermón, y antes doctrina a todo el pueblo, y por la tarde volviéndose a juntar dan los fiscales cuenta de los que han faltado en la semana a misa y a doctrina y se les da una suave penitencia que ellos reciben con extraña sujeción y rendimiento [...] A uno se le dio una penitencia a su parecer pequeña, y así reclamó con sollozos, Padre más, esto es poco [...] (D. G. R., 1996, p. 77 – 79)

O padre Francisco Lupercio de Zurbano registra a disciplina e os excessos de devoção religiosa de um índio que se impôs a autoflagelação:

Sucedió que cierto joven, molestado por la tentación, se echó en un hormiguero. Ya bastante maltratado por esto, se revolvó entre punzantes ortigas. Enfermose por esto, y fué refrenado en sus penitencias por nuestros

Padres. Contestó él: No importa. Prefero morir antes que pecar. [...] Señales son estas que ya está profundamente arraigado en su corazón el santo temor y amor de Dios (MAEDER, 1984, p. 129).

A Carta Ânua de 1637-1639 refere-se ao arrependimento de um jovem após cometer pecado e a forma como procurou expiá-lo:

Cierto joven había caído imprevistamente en un pecado carnal. Le dolió tanto, que comenzó a tratar cruelmente su cuerpo con diferentes clases de asperidades, no dejando ni la cara sin su especial suplicio. Así preparado, se acercó al tribunal de la penitencia, profundamente conmovido por el dolor y arrepentimiento (MAEDER, 1984, p. 102 – 103).

A Ânua de 1668 refere-se à prática da autoflagelação, destacando o rigor e o entusiasmo com que os indígenas a executavam:

En su gran compasión con la Sagrada Pasión de Cristo nuestro Señor, toman ellos con entusiasmo sangrientas disciplinas; y en la Semana Santa sucedió que, acompañando alguno en la procesión la grande Cruz, amarrado a ella con una larga soga, enlazada en sus manos, se hizo disciplinar con azotes de puas, hasta que, ya al entrar otra vez en el templo, lo descubrió uno de los Padres, y lo prohibió, haciendo curar las heridas del penitente (LEONHARDT, 1927, p. 16).

A internalização da noção de pecado e de culpabilidade chegava a extremos, como neste registro extraído da *Conquista espiritual*, referindo-se à prática da flagelação e do exorcismo:

Havia meses que estava doente um moço de vida muito correta [...].

Viu o moço diante de si um etiope desnudo, o qual levava numa sacola alguns ossos de defunto [...] assim o demônio foi-se aproximando dele [...]. Pediu o enfermo que me chamassem. Entretanto, vendo-se ele atormentado de tal forma pelo hóspede, solicitou a seu pai que com força o açoitasse, pois com isto sairia dele aquela besta. O amor paterno fê-lo rejeitar semelhante ação, mas a mãe, julgando bom o remédio, agarrou umas cordas e começou a flagelar o filho. Ao mesmo tempo pedia-lhe este que ela batesse com energia, e ao demônio ordenava que saísse. Por fim, depois de várias demandas e respostas, saiu, deixando moído o pobre rapaz (MONTROYA, 1985, p. 161).

Mais surpreendente, na opinião dos missionários, é o fato de os indígenas manterem “la saludable penitencia”, “no obstante la escasez de víveres”:

Algunos permanecieron constantes en el pueblo y en las prácticas religiosas, no obstante la escasez de víveres [...] Estos indios arrastaron pobremente su vida, extenuados hasta el extremo por un ayuno forzado. Sin embargo no dejaron sus acostumbradas penitencias corporales y sus sangrientas disciplinas (MAEDER, 1984, p 102- 103).

A Ânua de 1663-1666 reforçará a prática da penitência, associando-a à purificação e às bênçãos divinas que dela decorreriam:

La saludable penitencia, que se hace de antemano, previene la satisfacción que nos queda por hacer. Pues, ya estaba la peste *asolando*

los pueblos circunvecinos, y no se atrevió a atacar precisamente este pueblo, defendido por la penitencia, y se detuvo como espantada de su vista. La tierra, empero, humedecida por la sangre derramada por los azotes, que a su vez surcaban los cuerpos, comenzó a producir una riquísima cosecha, mucho más grande que la de las otras reducciones, castigadas por la sequía, así que este pueblo pudo generosamente socorrer a los hambrientos de otra parte (LEONHARDT, 1927, p. 103).

Apesar de registrarem como exageradas as manifestações de penitência a que os índios se submetiam, os missionários não escondem sua satisfação em relação a elas, na medida em que eram interpretadas como internalização da noção de pecado e de responsabilidade moral.

Considerações Finais

O discurso missionário nos revela não somente o universo simbólico jesuítico, como também sua difusão nas reduções jesuítico-guaranis. Sonhos, visões, batismos, confissões, curas milagrosas e ressurreições são referidos pelos missionários para ressaltar a intensidade do fervor religioso dos indígenas.

Os relatos remetem à tensão emocional, a atmosfera trágica e o ardor carismático que envolviam as missas, procissões, penitências e demais disciplinas que antecediam feriados religiosos ou calamidades anunciadas como as pestes “que Dios les envía por castigo de sus culpas”. Os sacramentos administrados aos fiéis e aos recém-convertidos revertiam em intercessões divinas benéficas ou, simplesmente, produziam o consolo e apaziguamento das consciências dos indígenas.

A assistência às missas, a participação nas procissões e festas religiosas e as penitências e autoflagelações são tomadas como indícios da adesão aos valores cristãos e como demonstração pública da interiorização e assimilação da “civilização dos afetos e da conduta” pretendida pelos missionários.

A análise que fizemos dos registros que integram as Cartas Ânua apontam, no entanto, para a compreensão das reduções jesuítico-guaranis como espaço de acomodação de sensibilidades, desfazendo a percepção da sujeição absoluta dos indígenas aos valores cristãos e às condutas ocidentais. Acreditamos que nesse processo de conversão dos Guaranis – e que implicou o “viver em redução” –, os missionários definiram estratégias e manejaram símbolos e valores; os resultados, no entanto, estiveram condicionados às motivações e às aspirações dos indígenas.

As manifestações de piedade e de devoção devem ser, em razão disso, percebidas como “ressignificação” de práticas e representações tradicionais guaranis, através das quais os indígenas buscaram o atendimento de sua espiritualidade e a expressão de sua sensibilidade. Em razão disso, podemos concordar com Melià, para quem o êxito das reduções jesuítico-guaranis não se dá “a pesar de lo que eran los Guaranies, sino precisamente por lo que eran estos Guaranies” (MELIÀ, 1986, p. 209).

Notas

¹ As considerações feitas sobre as Instruções do Pe. Diego de Torres Bollo, que orientaram a implantação do modelo reducional na região abrangida pela Província Jesuítica do Paraguai, não pretenderam esgotar a análise dos registros

acerca da prática missionária jesuítica junto aos Guaranis. As expressões de sensibilidade religiosa serão retomadas no contexto das reduções jesuítico-guaranis, a partir das manifestações de piedade e de devoção, bem como das representações perceptíveis no discurso jesuítico. As Cartas Anuais da Província Jesuítica do Paraguai serão, em razão disso, o *corpus* privilegiado para a análise que nos propusemos a fazer e para revelar a “construção” de uma sensibilidade religiosa própria das reduções jesuítico-guaranis.

² Estas descrições nos remetem aos pregadores medievais que temperavam seus sermões com histórias aterradoras das repetidas aparições do Diabo para tentar os fracos e levar os pecadores renitentes, como também aos palcos medievais, onde criaturas grotescas com chifres e cauda encenavam num ambiente recendendo a enxofre. Cabe observar que “el indígena conformará su propia imagen del demonio cristiano”, difundida pelos missionários jesuítas em seus sermões. Essa descrição revela que “tiene el demonio la facultad de mostrarse visiblemente”, “fuera de la típica del ser diabólico”, aparecendo “con ocasionales figuras antropomórficas o zoomórficas” (MARTINI, 1990, p. 336 – 337).

³ O simbolismo mais significativo da culpabilidade está associado ao tribunal “transposto metaforicamente para o foro interior”, tornando-se “aquilo a que chamamos a consciência moral”, “ela própria uma consciência graduada de culpabilidade” (DELUMEAU, 1989, p. 264). Havia, ainda, a profunda “conexão entre acusação e consolação”, na medida em que “Deus ameaça e protege”; “o deus que dá proteção é o deus moral: ele corrige a desordem aparente da distribuição dos destinos, ligando o sofrimento à maldade e a felicidade à justiça. Graças a esta lei da retribuição, o deus que ameaça e o deus que protege são um só e mesmo deus, e esse deus é o deus moral” (Idem, p. 444).

⁴ Os sentidos são tomados como elementos a dificultar a salvação da alma, logo, seu controle possui a função explícita de robustecer o espírito. O intelecto, em um ato de vontade, deveria subjugar-los, ordenando os afetos e restringindo os prazeres considerados inferiores. Para Loyola, a noção da pureza da alma ligava-se, necessariamente, à manutenção da “pureza corpórea”, através do “disciplinamento dos sentidos”.

⁵ Loyola definia a autoflagelação como “castigar la carne, es saber, dándole dolor sensible, el cual se da trayendo cilicios o sogas o barras de hierro sobre las carnes, flagelándose o

llagándose” (LOYOLA, 1977, p. 26). Os motivos elencados por Loyola para que fossem feitas penitências eram três: para satisfazer os pecados passados, para que os sentidos obedecessem à razão e para buscar uma graça ou dom que a pessoa desejava. Ao desviante é apresentada a penitência, sacramento por excelência de purificação, uma vez que visa a reparar os danos que o pecado causaria à alma.

⁶ É válido lembrar “a crença no poder expiatório da missa, considerada a mais sublime oração nos diversos níveis culturais da época moderna. [...] Antes mesmo da Reforma, a missa constitui o rito central do Cristianismo na Europa. Muito divulgada é a crença em seu poder expiador, reparador e na sua eficácia para aplacar a ira divina e alcançar a pacificação no plano social, a elevação espiritual e, notadamente, a salvação da alma.” (CAMPOS, 1996, p. 66).

⁷ Cabe aqui retomar o décimo artigo da 1ª Instrução do Pe. Diego de Torres Bollo, de 1609, que recomenda que somente os fiéis assistam à missa. Neste caso, a punição dos fiéis omissos ou ausentes se devia ao fato de potencialmente estarem retornando ao seu “antigo costume”, o que poderia comprometer, não só “a fortaleza da fé” de muitos, mas também a conversão futura de outros.

Fontes documentais impressas

Documentos de Geohistória Regional. *Cartas Ânua de la Provincia Jesuítica Del Paraguay (1641-43)*. Introducción del Dr. Ernesto J. A. Maeder. Resistência, Chaco: Instituto de Investigaciones Geohistóricas, 1996.

Documentos para la historia Argentina. *Cartas Ânua de la Provincia del Paraguay, Chile y Tucumán de da Provincia de la Compañia de Jesús – 1615-1637*. Tomo XX. Buenos Aires: Talleres Casa Jacobo Preuser, 1929.

MAEDER, Ernesto J. A. (org.) *Cartas Ânua de La Provincia del Paraguay, 1637 - 1639*. Buenos Aires: Fundación para la Educación, la Ciencia y la Cultura(Fecic), 1984.

———. *Cartas Ânua de la Provincia del Paraguay, 1632-1634*. Buenos Aires: Academia Nacional de la Historia, 1990.

Manuscritos da Coleção de Angelis. *Jesuítas e Bandeirantes no Guairá (1549 - 1640)*. Tomo I. Rio de Janeiro: Biblioteca Nacional, 1951.

MATEOS, F. *El Primer Concilio del Rio de la Plata en Asunción (1603)*. Madrid: Missionalia Hispánica, n. 78, set./dez. 1969, p. 257 – 359.

MONTOYA, Antonio Ruiz de. *Conquista Espiritual*. Porto Alegre: Martins Livreiro, 1985.

PASTELLS, R. P. Pablo, S. J. *Historia de La Compañia de Jesús en la Provincia del Paraguay*. Tomo I. Madrid: Librería General de Victoriano Suárez, 1912.

RABUSKE, Arthur S.J. *A Carta magna das reduções jesuíticas guaranis*. São Leopoldo: Estudos Leopoldenses, v. 14, n. 47, 1978, p. 21 -39.

Referências bibliográficas

CAMPOS, Adalgisa Arantes. *Irmandades mineiras e missas*. Belo Horizonte: Vária História, n. 16, set. 1996, p. 66 – 76.

DELUMEAU, Jean. *História do medo no ocidente (1300-1800)*. São Paulo: Cia. das Letras, 1989.

LOYOLA, Ignacio. *Ejercicios espirituales*. Asunción: Centro de Espiritualidad Santos Mártires, 1977

MARTINI, Monica P. *Imagem del diablo en las reducciones guaranies*. Buenos Aires: Revista Investigaciones y Ensayos, n. 40, 1990, p. 175 – 227.

MELIÀ, Bartomeu. *El guaraní conquistado y reducido*. Ensaio de Etnohistoria. Prólogo de Demétrio Núñez Gómez. Asunción: Biblioteca de Estudios Antropológicos de la Universidad Católica, 1986.

* **Eliane Cristina Deckmann Fleck** é doutora em História pela PUC/RS, de Porto Alegre, RS e professora da graduação e da pós-graduação em História da Unisinos, São Leopoldo, RS. Desenvolve investigações vinculadas às linhas de pesquisa Populações Indígenas e Missões Religiosas na América Latina e Idéias e Movimentos Sociais na América Latina.

A comunicabilidade antropofágica do Santo Daime na Terra do Sol

Fernanda Carlos Borges*

RESUMO

Na Cultura Messiânica criticada por Oswald de Andrade, a comunicação é apoiada na persuasão, é exclusiva. Diferente desta, a comunicação na Cultura Antropófaga se apoiaria na alteridade, sendo inclusiva. A religião Santo Daime agrega pessoas através do efeito de uma bebida indígena, ahuasca, incluindo diversas mitologias, diferenciando-se das religiões exclusivas e persuasivas.

Palavras-chave: Antropofagia, persuasão, alteridade

ABSTRACT

In the Messianic Culture criticized by Oswald de Andrade, the religious communication is dependent on persuasion, it's excluding and exclusive. In the antropophagic culture, the communication depends on alterity, it's including. The Santo Daime religion brings people together through the effect of an indian drink, ahuasca. Several mythologies are included in the process of drinking, which differs from the excluding and persuasive religions.

Keywords: antropofagy, persuasion, alterity.

RESUMEN

En la cultura Mesianica criticada por Oswald de Andrade, la comunicación es apoyada en la persuasión, es exclusiva. Diferente de esta, la comunicación en la cultura antropofaga se apoyaria en la alteridade, siendo inclusiva. La religión del Santo Daime agrega las personas através del efecto de una bebida indígena, ahuasca, incluyendo diversas mitologías, diferenciandose de las religiones exclusivas y persuasivas.

Palabras clave: Antropofagia, persuasion, alteridad

Ao que Oswald de Andrade chamou cultura messiânica corresponde um modo de comunicação apoiado na persuasão. Esta pressupõe a existência de uma verdade oculta e estável a ser descoberta e transmitida, a fim de corrigir a vida. A cultura messiânica acaba por desenvolver um movimento com base na expansão e na exclusão.

Este modo de compreender o agir pressupõe que a ação inteligente deve ser antecedida por um conhecimento que a justifique. Henry Atlan (ATLAN, 1992) sugere que o conhecimento prévio tem por base não uma verdade estável transcendente à variabilidade do mundo, como queria o messianismo, mas a memória. Esta é ligada ao já vivido, portanto, à experiência e ao passado. Sugere, então, que a memória desenvolva parâmetros e estabilidade, mas não pode sozinha resolver o momento, desde que o momento esteja envolvido com a emergência de novidade

“a auto-organização inconsciente (...) deve ser considerada como o fenômeno primordial nos mecanismos do querer, voltados para o futuro, ao passo que a memória deve ser situada no centro dos fenômenos da consciência (...) a consciência diz respeito, antes da mais nada, ao passado”. (ATLAN, 1992, pg.118)

Assim, podemos compreender Oswald quando diz “*contra a memória fonte de costume. A experiência pessoal renovada*” (ANDRADE, 1995, p.51). A posição faz a síntese entre a memória e o querer, pois na posição estão os parâmetros da direção, orientação e conformação, sem os quais nenhuma ação é possível.

Para Oswald de Andrade, é a posição indígena antropófaga no Brasil, aquela capaz de nos ligar ao futuro e ao passado simultaneamente.

A religiosidade da cultura messiânica, ao contrário, dissolve as posições no transcendente, cultivando a idéia de um homem ideal e universal, o que justifica o fato de o protestantismo ter favorecido a transformação e o desenvolvimento provocados pelo capitalismo.

“Eis-nos perante”o gênio do protestantismo ascético”: o caráter racional (consciente, metódico, sóbrio, desperto, vigilante, calmo, tranquilo, constante e incansável) da ação instrumental agora transvalorada, interpretada em sua eficácia como sinal em si de que a bênção de deus está bem ali, no trabalho diurno e intramundano de crescente domínio técnico do mundo natural, ação racional com relação a fins que entretanto agora vale por si mesma, já que transfigurada semanticamente no registro do dever, da obediência, da conformidade a um mandamento exarado pelo deus todo-poderoso e todo-transcendente”. (PIERUCCI. 2003, p.205)

Essa religiosidade está apoiada na eliminação da magia e na concepção de um percurso linear determinado pela luta final entre o bem e o mal, onde o bem corresponde a parâmetros fixos e estáveis, que devem conduzir o agir, ameaçado constantemente pela instabilidade e confusão provocadas pelo mal do mundo transitório.

“As religiões dualistas (...) postulam um deus que é independente, poderoso e bom, mas cujo poder é limitado por outro princípio, força ou vazio. O dualismo do zoroastrismo, ou do maniqueísmo, é franco; o do judaísmo e cristianismo é muito mais disfarçado, mas existe(...) O princípio do mal, embora possa não ter origem, nem começo, tem um fim, e no fim todas as esperanças, tanto para o cosmos como para o pequeno cosmos, que é o homem, serão realizadas”. (RUSSEL. 1991, p.86)

O mal, no messianismo, deve ser combatido e eliminado. Diferente desta, a alteridade é a característica da comunicação na cultura antropófaga. Esta não entende a comunicação como o processo através do qual uma verdade é transmitida, a fim de combater a mentira ou a ignorância. O que corresponderia, respectivamente, à compreensão do mal como oposição ao bem ou como insuficiência do bem. Na alteridade antropófaga o inimigo é o outro ao qual se deve resistir e assimilar, pois o antropófago *“compreende a vida como devoração e a simboliza no rito antropofágico, que é comunhão.”* (ANDRADE. 1995, p.159) Este movimento, capaz de transformar o adverso em favorável corresponde à magia, é inclusivo.

Oswald acreditava que mantivemos, no Brasil, o espírito antropófago e, por isso, as diferentes culturas e mitologias presentes entre nós podem ser assimiladas e transformadas através da posição antropófaga do tupi-guarani. Esta posição envolve uma retomada do matriarcado e um retorno à

natureza, onde a tecnologia desenvolvida pelo patriarcado messiânico poderá substituir o trabalho escravo, dissolvendo a exploração de um mundo dividido entre senhor e escravo, natureza e cultura, bem e mal, entre outras divisões.

A cultura antropófaga está, antes de tudo, apoiada na percepção e assimilação do diferente e, assim, “*a alteridade é no Brasil um dos sinais remanescentes da cultura matriarcal.*” (ANDRADE. 1995, p.157) Algo diferente aconteceria na cultura patriarcal e seu ideal de civilidade, pois “*na civilidade há qualquer coisa de coercitivo – ela pode exprimir-se em mandamentos e sentenças*” (ANDRADE. 1995, p.157).

Oswald assimilou a crítica de Nietzsche ao ideal de homem da cultura messiânica,

“preso na rede da civilização alexandrina, que conhece como ideal o homem teórico, equipado com os máximos poderes do conhecimento, trabalhando a serviço da ciência, cujo protótipo e ancestral é Sócrates (...) É em um sentido quase apavorante que aqui, por longo tempo, o homem culto só foi encontrado sob a forma do homem erudito.” (NIETZSCHE. 1996, p.40)

Contra o homem teórico, Oswald chama a atenção para o homem brasileiro, entendido como o Homem Cordial, pois para o

“homem cordial, a vida em sociedade é uma verdadeira libertação do pavor que ele sente em viver consigo mesmo, em apoiar-se em si próprio em todas as circunstâncias da existência. Sua maneira de expansão para com os outros reduz o indivíduo cada vez mais à sua parcela social, periférica, que no homem brasileiro – como bom americano – tende a ser o

que mais importa. Ela é antes um viver nos outros.”
(ANDRADE. 1995, p.158)

Apesar de criticar as religiões messiânicas, Oswald chama a atenção para o que ele chama de experiência órfica. Sua abordagem, que propõe uma consciência imersa na natureza, não implica em, necessariamente, abrir mão da experiência da fé e da magia. Diz ele:

“mesmo tendo da igreja a pior idéia, nunca deixei de manter em mim um profundo sentimento religioso, de que nunca tentei me libertar. A isso chamo eu hoje sentimento órfico. Penso que é uma dimensão do homem. Que dele ninguém foge e que não se conhece tribo indígena ou povo civilizado que não pague esse tributo ao mundo subterrâneo em que o homem mergulha.” (ANDRADE. 1995, p. 56)

No Brasil religioso, o movimento Santo Daime parece corresponder a alguns aspectos do movimento antropófago proposto por Oswald de Andrade, como: não é apoiado na pregação e na persuasão, mas no efeito de uma bebida herdada dos índios – a ahuasca – o ritual envolve uma beberagem herdada dos índios que incorpora as diversas mitologias brasileiras; tem na natureza a força espiritual; foi fundada sob a determinação da Grande Mãe, a Rainha da Floresta; envolve movimentos de vida comunitária com ênfase na preservação das matas que ocupa.

Oswald de Andrade repudiou a filosofia, normas e prescrições morais das instituições religiosas, especialmente a cristã, na qual foi criado. No entanto, para ele

“Deus existia e acabou-se! Existiam e agiam também os santos, Santos para tudo. Nas trovoadas, Santa Bárbara e São Jerônimo, esse terrível asceta da Idade Média. Santa Luzia para o mal dos olhos, Santa Clara contra a meteorologia, etc. Quando uma barata surgia no soalho, gritava-se por São Bento. São, Bento protegia contra as feras. Todo esse dicionário do totemismo órfico presidiu e explicou o mundo ante meus olhos infante.” (ANDRADE. 1995, p.46)

Também diz: “o paganismo de certas festas religiosas enlevou longamente minha infância. (...) era tudo uma série ininterrupta de músicas e cantos que deslumbravam os olhos num renovado espetáculo popular”. (ANDRADE. 1995, p.28) Este imaginário todo é vivo na mitologia do Santo Daime, onde a Lua, Cristo, o Sol, o Vento, Maria, as Estrelas e os Santos convivem lado a lado, assimilando tradições da pajelança, do cristianismo, do candomblé e ainda outras, como podemos ver neste trecho de um dos tantos cantos que animam seus rituais

Jesus Cristo está no Céu

Está na terra e está no mar

A princesa Janáina

Ela veio pra me ensinar.

O Santo Daime nasceu de uma visão que Mestre Irineu, um seringueiro analfabeto, teve dentro da floresta, depois de beber ahuasca (ALVARENGA. 1992). Ele viu a imagem de uma deusa: a Rainha da Floresta, que identificou como a Virgem da Conceição. A sabedoria ritual foi passada na forma de cantos, hinos, que norteiam os encontros sob o efeito da bebida.

É uma experiência bastante apoiada na sensação corporal, como diz este canto

Estou nos teus pés

Estou na tua cabeça

Estou nos teus braços

Estou na tua mão esquerda

Eu mexo no teu estômago

Mexo no teu coração

Mexi na copa do mundo

Aonde está eu irmão

Então, é uma religião nascida de uma Grande Mãe Natureza que, através de um preparado de plantas, acolhe os homens na sua sabedoria:

Eu venho da floresta

Com o meu canto de amor

Eu canto é com alegria

A Minha Mãe que me mandou

O movimento que começou com Mestre Irineu continua com Padrinho Sebastião (ALVARENGA, 1992). Ele inicia um movimento de fundação de uma comunidade que hoje é uma cidade na floresta chamada Céu do Mapiá. Esta cidade se destaca pela qualidade de vida, em comparação com as outras comunidades locais. Padrinho Sebastião levou o Santo Daime para outras regiões. Hoje, existe alguma igreja desta doutrina em praticamente todas as capitais brasileiras e muitas outras no exterior. Uma das características destes núcleos é a preocupação em agrupar-se comunitariamente em áreas de mata, pois compreendem a natureza como dotada de poder espiritual e digna de veneração.

Sol, lua, estrela

A terra, o vento e o mar

É a Luz do Firmamento
É só quem eu devo amar

Oswald não vê nesta relação espiritual entre homem e natureza um estado de consciência primitiva, como propôs Freud, este bastante envolvido com o processo de desmagificação da vida, como podemos ver:

“Há correspondência entre as fases de desenvolvimento da visão humana do universo e as fases do desenvolvimento libidinal do indivíduo. À fase animista corresponderia à narcisista, tanto cronologicamente quanto em seu conteúdo; à fase religiosa corresponderia a fase de escolha de objeto, cuja característica é a ligação da criança com os pais; enquanto que a fase científica encontraria uma contrapartida exata na fase em que o indivíduo alcança a maturidade, renuncia ao princípio do prazer, ajusta-se à realidade e volta-se para o mundo externo em busca do objeto de seus desejos” (FREUD. 1914, p.113)

Para Oswald, a consciência mágica envolve um caminho norteado na comunicabilidade, não na ilusão narcísica, e seria uma das características do retorno ao matriarcado tecnológico. Oswald, na contramão freudiana, nos leva de volta às sociedades matricêntricas, onde *“o espírito recusa-se a conceber o espírito sem corpo. Antropomorfismo. Necessidade de vacina antropofágica. Para o equilíbrio contra as religiões do meridiano. E as inquisições exteriores.”* (ANDRADE. 1996, p.48). Parece que nos rituais do Santo Daime a espiritualidade está explicitamente ao corpo, pois

nele tudo acontece através da beberagem de um preparado de plantas herdado dos índios.

À Grande Mãe, é pedido:

Oh! Mãe Celestial

Que me dê a salvação

E me bote em bom lugar.

Gambini (GAMBINI. 1999) diz que o arquétipo da Grande Mãe está ligado ao espaço, e a mãe concede ao filho o sentido de um lugar no mundo. Por isso, trata da importância de elaborarmos nossa mãe brasileira ancestral: a Mãe Índia. Mãe, porque o pai foi um europeu português, pois nas caravelas primeiras não viajavam mulheres. Para Gambini, a recuperação dos valores desta Mãe nos ajudaria a nos localizarmos no Brasil, como brasileiros. O seguinte canto concorda:

A minha mãe foi quem me deu

Neste mundo este lugar

Peço força e dou força

E não saio do meu lugar

Por algum motivo que desconheço, a ahuasca favorece o desenvolvimento da consciência corporal de posição, tratada entre eles como Firmeza. O processo pode vir acompanhado de emoções fortes, lembranças, catarses emocionais, reações como vômito e diarreia, intuições de sabedoria e entendimento, que são sucedidos por uma sensação de bem-estar. Muitas vezes descrita como “caí em mim”, o efeito da bebida não desfaz o sentido de posição, ao contrário, evidencia-o.

O sentido de posição lembra o que disse Gilberto Felisberto Vasconcellos:

“Vivemos em tempo e espaço alheios. O contorno da natureza nos escapa inteiramente.

(...) O governo põe a culpa em São Pedro, que não deixa chover, assim como se responsabiliza equivocadamente o Sol como causa da seca, e não a devastação das florestas (...) Nosso índio tinha verdadeira adoração pelo Sol, enquanto os brasileiros idiotizados continuam a caluniá-lo.” (VASCONCELLOS. 2002, p.43)

Oswald de Andrade já reparou que somos “filhos do Sol, Mãe dos viventes. Encontrados e amados ferozmente, com toda a hipocrisia da saudade, pelos imigrados, pelos traficados e pelos turistas” (ANDRADE. 1995, p.47). Vasconcellos também repara que

“Evidentemente não basta ir à praia e curtir o astro rei. O lance é compreendê-lo como doador cósmico de energia, sem a qual não há vida na terra. (...) A razão primeira, como diz o samba popular, é o Sol. (...) Se o sol é o imenso reator energético, então a terra do sol passa a ser o locus por excelência da energia armazenada. De onde se conclui que o Brasil, o continente dos trópicos, é o lugar da energia verde.” (VASCONCELLOS. 2002, p.22)

Pode parecer estranho aproximar, como estamos fazendo, o pensamento marxista da escola de biomassa e um movimento religioso. Mas os estamos ligando através de Oswald de Andrade, cujas idéias são bastante influenciadas, ao mesmo tempo, pelo marxismo e pela aceitação da magia contra o ideário capitalista. Então, lembramos que o sol também tem presença importante no Santo Daime. Num dos hinos, por exemplo, é tratado desta forma:

Se não existisse o sol

O que era da terra

O sol é quem me dá luz
E ilumina toda terra
O sol é um bom guia
Para quem quer aprender
Ouvindo o que ele diz
Todos podem vencer

A visão de mundo desenvolvida por Oswald de Andrade também nos lembra Edgar Morin, quando este diz que “*não é possível escapar a esta idéia incrível: é desintegrando-se que o cosmo se organiza*” (MORIN. 1997, p. 48). É uma idéia muito parecida com a da existência como devoração, oscilando entre a estabilidade e a instabilidade, cuja síntese é feita continuamente na relação e na comunicação. Um outro canto do Santo Daime diz:

Eu balanço, eu balanço,
Eu balanço tudo enquanto há
Eu chamo o sol
Chamo a lua
E chamo a estrela
Para todos vir me acompanhar
Eu balanço, eu balanço
Eu balanço tudo enquanto há
Eu Chamo o vento
Chamo a terra
E chamo o mar
Para todos vir me acompanhar
Eu balanço, eu balanço
Eu balanço tudo enquanto há
Chamo o cipó
Chamo a folha
E chamo a água

Para unir e vir me amostrar
Eu balanço, eu balanço
Eu balanço tudo enquanto há
Tenho prazer
Tenho força
E tenho tudo
Porque Deus eterno é quem me dá.

Essa visão de mundo, que encontramos em Oswald e no ritual do Santo Daime, leva-nos de volta a Vasconcellos e a uma questão paralela: o Brasil e sua natureza tropical, num contexto em que,

“O que está em pauta hoje no mundo é a incontestável ruína de um paradigma civilizatório, dentro do qual irrompe o espectro do apocalipse ecológico, com o efeito estufa e a chuva ácida. Diante dessa realidade objetiva da biosfera, emerge no cenário contemporâneo a necessidade de um novo sistema energético, assentado nas energias renováveis, vegetais e limpas do ponto de vista ambiental (...) o norte é rico em dinheiro mas pobre em energia, enquanto o sul é pobre em dinheiro e milionário em energia.”
(VASCONCELLOS. 2002, p.17)

Vasconcellos espanta-se com a dificuldade de os intelectuais brasileiros perceberem a situação do Brasil diante da crise energética da civilização, apoiada no carvão mineral e no petróleo. Propõe “*uma forma de energia limpa (não traz poluição), renovável, pacífica, criadora de empregos, descentralizadora de renda, de poder e de população.*” (VASCONCELLOS. 2002, p.11) Trata-se

de um problema de percepção, deslocada de um corpo alienado do ambiente. Então, não será de desprezar um movimento popular religioso voltado para a natureza brasileira, nascida entre moradores da floresta, com as características que estamos mostrando aqui.

Há, ainda, um outro aspecto antropófago que percebemos numa das estórias contadas no Santo Daime: Padrinho Sebastião teria travado uma luta de forças com o Diabo e este, sentindo-se fraco, pede acolhimento ao movimento, pede que o tolerem e o ajudem a salvar-se, em troca disso, ele lhes garante defesa e proteção. Essa estória equivale ao processo de transformação do tabu em totem, “*do valor oposto ao valor favorável*” (ANDRADE. 1995, p.101). Parece que esta posição faz com que uma das tônicas do movimento seja o alerta contra “falar mal um do outro, querendo caluniar”. A fofoca também foi tratada por Oswald de Andrade, quando entendeu que “*chegamos ao aviltamento. A baixa antropofagia aglomerada dos pecados do catecismo – a inveja, a usura, a calúnia, o assassinato. Peste dos chamados povos cultos e cristianizados, é contra ela que estamos agindo. Antropófagos*”. (ANDRADE. 1995, p.51)

O processo de comunicação envolvido nas idéias de Oswald de Andrade, sugere um Brasil capaz de desenvolver um modo de vida com base na alteridade e na comunicação, capaz de rejeitar a persuasão em benefício da democracia, parecido com o que acontece no movimento popular envolvido no Santo Daime, tanto quanto no pensamento científico e acadêmico da escola da biomassa. Oswald, há muito observou que

“Temos a base dupla e presente – a floresta e a escola. A raça crédula e dualista, a

geometria, a álgebra e a química logo depois da mamadeira e do chá de erva-doce. Um misto de “dorme nenê que o bicho vem pegá” e equações. Uma visão que bata nos cilindros dos moinhos, nas turbinas elétricas, nas usinas produtoras, nas questões cambiais, sem perder de vista o Museu Nacional. Pau-Brasil”. (ANDRADE. 1995, p. 44)

Referências bibliográficas

- ALVARENGA, AP. *O guia da floresta*. Rio de Janeiro: Record, 1992.
- ANDRADE, O. *Um homem sem profissão – sob as ordens de mamãe*. São Paulo: Globo, Secretaria do Estado da Cultura, 1990.
- ANDRADE, O. *A utopia antropofágica*. São Paulo: Globo, 1995.
- ATLAN, H. *Entre o cristal e a fumaça*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1992.
- FREUD, S. *Totem e tabu*. Obras Completas. Rio de Janeiro: Imago, 1974.
- GAMBINI, R, e DIAS, L. *Outros quinhentos. Uma conversa sobre a alma brasileira*. São Paulo: Editora Senac, 1999.
- MORIN, E. *O método. A natureza da natureza*. Portugal: Publicações Europa América, 1997.
- PIERUCCI, A F. *O desencantamento do mundo: todos os passos do conceito em Max Weber*. São Paulo: USP, Curso de pós-graduação em Sociologia: Ed. 34, 2003.
- RUSSELL, J B. *O diabo*. Rio de Janeiro: Editora Campus, 1991.
- VASCONCELLOS, G F. *Biomassa: a eterna energia do futuro*. São Paulo: Editora Senac SP, 2002.

* **Fernanda Carlos Borges** é doutoranda em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP, professora de Folclore e Ética na Arte na Faap – SP, graduada em Filosofia pela PUC-RS, e mestre em Sociologia e Filosofia da Motricidade Humana, Unesp-Rio Claro.

A cena enunciativa e o ethos dos pregadores no discurso das igrejas eletrônicas

Karla Regina Macena Pereira Patriota*

RESUMO

Neste trabalho, debruçamos-nos sobre alguns programas religiosos que transmitem sermões pela TV, procurando analisar como seus discursos legitimam-se a partir do entendimento de que o lugar de onde são proferidos e a forma como as falas são encenadas, tornam-se determinantes para sua eficácia. Trabalhamos com os postulados da Análise do Discurso Francesa (AD) de cena enunciativa e *ethos* a partir da obra de Maingueneau. **Palavras-chave:** Discurso religioso, mídia, cena enunciativa e ethos.

ABSTRACT

In the present work we took a look on some religious programs that broadcast their speech, we try to analyse the way that their speech are legitimated due to the understanding that the place are given and the way they are acting becomes determinant to their efficacy. We work with the enuciative scene of the french Speech Analysis and ethos from Maigueneau work.

Keywords religious discourse, mídia, enuciative scene; ethos

RESUMEN

En este trabajo, analizamos unos programas religiosos que emiten discursos través de la TV, intentando percibir como estos discursos desde el lugar donde son emitidos por la escena de los hablas, se legítiman. Estos son elementos que son determinantes en su eficacia. Ha sido trabajados los postulados del Análisis de Discurso Frances (AD) de la escena enunciativa y ethos, desde la teoría de Maingueneau.

Palabras clave: discurso religioso, medios de comunicación, encena enunciativa, ethos.

Nos últimos vinte anos, assistimos a proliferação de inúmeras formas de produção e uso da televisão na esfera religiosa. Atualmente, no Brasil, diversos programas religiosos são veiculados diariamente em canais abertos e em TVs por assinatura. Segundo a Revista da TV¹, é possível assistir, em apenas uma semana, a mais de 82 horas de missas, cultos, pregações e exorcismos. Como a maioria dos programas é transmitida dos templos e se configuram no formato de sermões, convencionou-se chamar as denominações que realizam transmissões deste tipo de “igrejas eletrônicas”.

No presente trabalho, faremos uma reflexão sobre alguns destes programas que transmitem os sermões das igrejas eletrônicas, procurando analisar como o discurso religioso, veiculado nos meios de comunicação de massa, em especial na televisão, legitima-se a partir do entendimento de que o lugar de onde é proferido e a forma como a fala é encenada, são determinantes para sua eficácia. Dessa forma, estaremos aqui trabalhando com os postulados da Análise do Discurso de linha francesa (AD) com os conceitos de cena enunciativa e *ethos*.

Maingueneau (1993) refere-se à cena enunciativa como a formação discursiva que constrói lugares de enunciação por meio de um funcionamento por heterogeneidade mostrada e heterogeneidade constitutiva². O conceito de cenografia discursiva segundo o autor, diz respeito à situação de enunciação. É exatamente nesta situação de expressão que se instituem o enunciador/co-enunciador, o espaço (topografia) e o tempo (cronografia). Tais instituições são compreendidas a partir da enunciação como formação de sentidos que leva em

conta o relacional existente entre o indivíduo e a língua – suas escolhas materializadas através de determinadas marcas lingüísticas – que podem ser configuradas no processo de interação, nas coerções genéricas e nas variadas perspectivas de constituição da própria heterogeneidade discursiva.

Assim, a cena enunciativa faz referência à cena social como a organização social do discurso, o contexto social, lugares institucionais e seus ritos, a comunidade dos que produzem, dos que promovem a circulação e dos que se reúnem em nome de certo discurso e nele se reconhecem. Dessa forma, o dizer só tem sentido se for pertencente à esfera do social, e não da simples ação individual de cada um dos parceiros das múltiplas interações.

No caso do nosso estudo, o enunciado religioso presente no gênero sermão, associa-se a uma formação discursiva e a um quadro de referências ideológicas determinado numa conjuntura social. É desse lugar social que as igrejas que utilizam os meios de comunicação de massa tornam-se sujeito por meio de seus pregadores. Elas reproduzem o cotidiano interpretando a Bíblia e garantindo, através dessa interpretação, certos sentidos.

Neste trabalho, a ênfase é justamente na cena enunciativa dos sermões pregados nos templos religiosos e transmitidos pela televisão. Para desenvolvê-lo, utilizamos um *corpus* constituído por seis programas religiosos veiculados nos meses de dezembro de 2003 e janeiro de 2004, em seis emissoras diferentes. Durante esse período os programas foram gravados, assistidos e analisados. Abaixo a relação dos programas que constituem o *corpus*:

Tabela com os programas que compõem o corpus de análise

PROGRAMA/EMISSORA	IGREJA
Show da Fé Rede Bandeirantes	Igreja Internacional da Graça de Deus
Despertar da Fé Rede Record	Igreja Universal do Reino de Deus
Celebração da Família Rede Gospel	Igreja Apostólica Renascer em Cristo
Santo Culto em seu Lar Rede Mulher	Igreja Universal do Reino de Deus
Está Escrito Rede TV!	Igreja Adventista do Sétimo Dia
Santa Missa Rede Globo	Igreja Católica Apostólica Romana

Apesar de pertencerem a diferentes igrejas, os programas selecionados apresentam alguns aspectos semelhantes entre si, não apenas na linguagem, mas também na própria formatação da produção. Mesmo que não seja difícil identificar o mau uso das estratégias midiáticas e baixa qualidade técnica em alguns programas, os pregadores conseguem interagir e colher resultados significativos com suas pregações eletrônicas. Todavia, quase sempre os programas são transmitidos em horários de pouca audiência, entre 4h e 8h – por ser um período mais barato para locação nas emissoras.

Ao iniciar a nossa análise, é válido aqui esclarecer que a cena enunciativa do sermão, seja ele proferido apenas no templo ou também nos mass media, é organizada com objetivo de alcançar um efeito, e o

locutor, que é o pregador, recorre a certas manobras da linguagem decifrando os mecanismos do implícito para que os fiéis possam compreender o que está por trás das palavras. Ou seja, os que falam o discurso religioso estão constantemente atualizando este discurso que é do outro, o discurso de Deus.

Dessa forma, vemos a manifestação não só do posicionamento do locutor-pregador, como portavoz de Deus, mas também uma compreensão responsiva e aceita da interpretação das palavras divinas no contexto social em que vivem os fiéis das igrejas eletrônicas.

Assim, quando estabelecemos a análise de alguns programas veiculados na TV, nos deparamos com essa compreensão responsiva dos textos através de uma encenação peculiar. Este fato é respaldado pelo que afirma Maingueneau (1998:85), quando diz que um “texto não é conjunto de signos inertes, mas o rastro deixado por um discurso em que a fala é encenada”.

Nos enunciados das igrejas eletrônicas, assim como nas igrejas que não se utilizam os veículos midiáticos, os conteúdos das pregações são apresentados a partir da leitura do texto bíblico. Os pregadores-locutores, preparando-se para instruir os fiéis sobre as revelações de Deus no texto sagrado, pedem que os ouvintes ou telespectadores abram as suas bíblias no texto de referência da mensagem, criando necessariamente a ocasião que antecede e “encena” o sermão.

É pertinente aqui apresentarmos um pouco deste contexto de encenação do discurso religioso nos mass media. Afinal, na maioria das igrejas eletrônicas, costumeiramente um(a) pregador(a) desloca-se até o al-

tar, posiciona-se no púlpito de onde pode ser visto(a) por todos que estão presentes dentro do templo e começa a proferir o seu sermão. Este discurso, dirigido inicialmente aos fiéis que se encontram na sede da igreja, é retransmitido em cadeia nacional pelo rádio e/ou pela televisão, simultaneamente, atingindo ouvintes e telespectadores em diversas localidades do país.

Quando analisamos esta cena enunciativa, verificamos não só a atualização do discurso por parte do locutor-pregador que apresenta o discurso divino sob a sua interpretação. Percebemos, igualmente, uma tripla interpelação (Maingueneau, 1998), onde, dependendo do ponto de vista que assumamos, poderemos visualizar três cenas de enunciação:

- a cena de enunciação é a de um discurso religioso (tipo de discurso);

- a cena de enunciação é a de um discurso religioso que utiliza o texto bíblico a partir de uma interpretação contextualizada para os ouvintes da mensagem proferida – um sermão (gênero de discurso);

- a cena da enunciação é a de um(a) pregador(a), ministro(a) da igreja, previamente designado(a), que de um púlpito fala aos seus ouvintes no templo ou nos veículos de comunicação (um sermão específico acontecendo em um tempo e lugar determinados).

Os ouvintes, nos casos analisados, encontram-se simultaneamente envolvidos nessas três cenas relatadas. Estes ouvintes são interpelados, ao mesmo tempo, como fiéis da referida igreja, como ouvintes e telespectadores

que anseiam ouvir sobre as Escrituras Sagradas e como interlocutores e membros (cena construída a partir dos ouvintes no templo). Nessa perspectiva, Maingueneau (1998) fala em cena “englobante”:

“A cena englobante é a que corresponde ao tipo de discurso. Quando recebemos um folheto na rua, devemos ser capazes de determinar a que tipo de discurso pertence: religioso, político, publicitário etc., ou seja, qual é a cena englobante na qual é preciso que nos situemos para interpretá-lo, em nome de que o referido panfleto interpela o leitor, em função de qual finalidade ele foi organizado”. (Maingueneau, 1998:86).

Na nossa análise, os discursos das igrejas eletrônicas caracterizam-se por uma enunciação religiosa e implicam em pregadores que se dirigem aos fiéis. Nesse sentido, percebemos, de fato, uma caracterização mínima, entretanto, não apresenta como peculiaridade o caráter atemporal, “pois é ela quem define a situação dos parceiros e um certo quadro espaço-temporal”. (Maingueneau, 1998:86).

Não se pode simplesmente dizer que a cena de enunciação de um enunciado religioso é a cena “englobante” religiosa. Obviamente, tal definição se apresentaria incompleta e insuficiente. Afinal, um enunciador que prega a respeito de determinados textos bíblicos, dentro de uma denominação específica, não está tratando ou abordando o religioso em geral, até mesmo porque tal campo é infinitamente diversificado, mas sim com um gênero de discurso específico ou particular. Isso ocorre tão somente

porque cada gênero de discurso estabelece o seu próprio papel. Nos casos em análise, o “ministro religioso” dirige-se, em primeira instância, aos “membros” da sua igreja presentes no templo. Assim, podemos vislumbrar o que é chamado de quadro cênico. O quadro cênico é que definirá “o espaço estável no interior do qual o enunciado adquire sentido – o espaço do tipo e do gênero do discurso”. (Maingueneau, *op. cit.*, p.87). Dessa forma, os fiéis das igrejas eletrônicas só poderão entender e assimilar seu discurso com este quadro cênico na mente.

Quando se trata de constituir o quadro cênico do discurso religioso em questão, é imprescindível esclarecer que o “dizer é algo completamente diferente de uma simples transmissão de informação” (Maingueneau, 1996, p.94). Quando encena a interpretação da palavra de Deus contida na Bíblia, as subjetividades interpretativas dos pregadores midiáticos afloram, ficando claro que a própria imagem da igreja institucional é reiterada em função do que é encenado no púlpito. O discurso veiculado na televisão concretiza-se como uma rede complexa de significações, na qual o efeito é ressaltar as posições ideológicas da denominação. Dessa forma, os pregadores interpretam a Bíblia de forma a dialogarem com o cotidiano, empenhando-se “constantemente em posicionar-se através do que dizem, a afirmar-se afirmando, negociando sua própria emergência no discurso (...), antecipando as reações do outro (...)” (Maingueneau, *op. cit.*, p. 21).

Contudo, é com uma cenografia que se confronta os ouvintes das igrejas eletrônicas e não diretamente

com um quadro cênico. Maingueneau (1998) afirma que a cenografia acarreta o deslocamento do quadro cênico para um segundo plano. O autor chega à conclusão que todo e qualquer discurso, por sua própria manifestação e materialização, intenciona convencer, ao instituir a cena de enunciação, que poderá torná-lo legítimo e aceitável.

Por outro lado, o tom discursivo assumido dependerá, portanto, dos objetivos pretendidos pelo locutor na cena enunciativa. Na enunciação do sermão, o *ethos* dos sujeitos (os pregadores) determina a compreensão da realidade, implicando a reprodução e a reiteração do jogo de imagens que as igrejas eletrônicas constroem em favor de certas convicções e crenças.

Quanto ao conceito de *ethos*, Maingueneau (1987) considera a existência da representação do caráter jovial, severo, simpático e da corporalidade (conjunto de traços físicos) do enunciador que emite o discurso. Esta emissão estará articulada às antecipações daquilo que o co-enunciador constrói no processo de interação com o enunciador. Para o autor, concepção, caráter e corporalidade são totalmente inseparáveis, articulam-se e apoiam-se sobre estereótipos padronizados na coletividade onde é produzida a enunciação.

Vemos isso no jogo de cena de grande parte dos pregadores midiáticos que, em determinados momentos da pregação, choram, riem, gritam, cantam ou falam línguas estranhas³ e levam seus ouvintes ao mesmo padrão de comportamento. Sendo assim, os dizeres são mobilizados num quadro enunciativo propício e peculiar à coletividade da igreja, pois,

enquanto “reproduz” e “interpreta” a fala de Deus, as igrejas eletrônicas se representam e se mantêm como instituições de privilégio, detentoras da legitimação dos porta-vozes de uma verdade inquestionável. Daí se instaura a constituição de um não-eu que se torna eu na medida em que o pregador “acolhe” o que é dito pelo outro (que é Deus) para a real legitimação do seu discurso.

No gênero sermão, o modo de presença dos pregadores e dos fiéis instaura relação dialógico-interacional, com a finalidade de perpetuar um modo discursivo de falar sobre Deus e as verdades divinas. Assim, o sermão é a marca que dá a palavra aos pregadores das igrejas eletrônicas, cuja cenografia é imposta de forma imediata quando os fiéis são atingidos e aceitam o lugar que lhes é consignado nesta cenografia:

“Com efeito, tomar a palavra significa, em graus variados, assumir um risco; a cenografia não é simplesmente um quadro, um cenário, como se o discurso aparecesse inesperadamente no interior de um espaço já construído e independente dele: é a enunciação que, ao se desenvolver, esforça-se para construir progressivamente o seu próprio dispositivo de fala” (Maingueneau 1998:87).

Maingueneau (1998) defende que, dessa forma, a cenografia implica necessariamente em um processo de enlaçamento paradoxal. Este enlaçamento paradoxal consiste na suposição gerada pela fala do locutor em determinada situação de enunciação. Em outras palavras, a enunciação presente na situação real vai sendo validada e legitimada gradativamente

através da própria enunciação. Assim, segundo o autor, “a cenografia é ao mesmo tempo a fonte do discurso e aquilo que ele engendra” (op. cit., p.87).

Nessa perspectiva, os pregadores das igrejas eletrônicas constroem paulatinamente a encenação do sermão, que constitui um gênero de discurso peculiar, expressando em suas falas um conteúdo semântico que atende aos objetivos e aos interesses da instituição religiosa no que diz respeito a sua ideologia. Assim, a cenografia apresentada legitima os enunciados, que acabam por sua vez, legitimando a própria cenografia e estabelecendo que ela nasce onde nasce a fala.

Na dinâmica interacional, ao nascer junto com a fala, a cenografia é necessariamente aquela que é exigida para enunciar como convém, pois ela só se manifestará verdadeiramente se puder controlar o seu desenvolvimento, mantendo um real distanciamento em relação ao co-enunciador.

Nos sermões das igrejas eletrônicas, a cenografia obedece a uma estrutura padronizada que mantém a imagem da instituição na sua relação com o divino, a partir do tom profético das falas dos locutores-pregadores que comumente anunciam as revelações, as promessas e a vontade de Deus.

Ao assumirem este papel profético, os pregadores não só revelam as bênçãos, as provisões e a porção de Deus, mas também se colocam na cena enunciativa assumindo um *ethos* pertinente ao discurso. Agindo dessa maneira, os profetas fazem a ligação entre os dois reinos (espiritual e material). Portanto, o fato dos profetas pregadores estarem situados no reino material, não restringe sua ação a ele, pois o profeta, como

mediador de Deus, encontra-se também na dimensão espiritual, tornando-se autorizado a dizer: “Eu profetizo na tua vida” “Eu sei qual é a promessa (ou a vontade) de Deus para você”, “Eu conheço a medida de Deus (que é abundante) para tua vida” e assim por diante. Em outras palavras, os pregadores ao vivenciarem o estatuto de profetas, agem no mundo dos homens direcionados por uma orientação espiritual do próprio Deus.

O sermão acaba por transformar-se em uma estratégia comunicacional na qual são destacadas verdades bíblicas e revelações divinas sob a ótica do cotidiano, na atualização das mensagens pregadas, na ponte com o dia-a-dia das pessoas e no viés da própria cena enunciativa relatada da Bíblia. Desta forma, é possível enxergar o objetivo dos enunciadores de reiterar abordagens práticas para uma vida segundo a abundância de Deus e da Teologia da Prosperidade⁴.

Nesse contexto, é importante que retornemos às peculiaridades do conceito de *ethos*. Como os enunciados são produtos de uma enunciação que implica em uma cena, e como toda fala procede de um enunciador real, encarnado – mesmo quando escrito, e não falado – a fala obrigatoriamente é sustentada por uma voz, que segundo Maingueneau (1988:95) é: “a voz de um sujeito situado para além do texto”.

No discurso das igrejas eletrônicas, o *ethos* se manifesta de igual forma na própria enunciação, tão somente porque, os sermões proferidos “encarnam” as particularidades que normalmente são assimiladas ao comportamento dos fiéis religiosos das denominações. Poderíamos esmiuçar esta lógica a partir das atitudes

desencadeadas pela fala dos locutores-pregadores midiáticos. Com um discurso bastante direto, eles enunciam as diretrizes a partir das interpretações de um texto fonte – a Bíblia – não deixando margens para interpretações contrárias. Por isto, é comum, no início dos sermões, o anúncio de que se trata de uma revelação dada por Deus ou pelo Espírito Santo, além do chamado para a leitura do texto bíblico.

Com a legitimação paralela da utilização do texto bíblico, vemos as enunciações, as falas e as palavras virem de pessoas que, através destas palavras, transparecem e demonstram as qualificações religiosas e espirituais imprescindíveis para evocarem em seus discursos os desígnios e propósitos de Deus.

Segundo Barthes (1996), a característica essencial do *ethos* “são os traços de caráter” que o locutor deve evidenciar ao seu auditório (pouco importa que ele seja, ou não, sincero), a intenção é a de causar uma boa impressão: “são os ares que assume ao se apresentar”, ou seja, segundo o autor, o locutor/orador ao enunciar a sua fala diz paralelamente “eu sou isto, ou não sou aquilo”. Assim, observamos em nossa análise, estes locutores-pregadores interpretarem o texto fonte, decodificando a sua linguagem, ao mesmo tempo em que encarnam em si, o ideal proposto em seus enunciados, provocando nos ouvintes a plena adesão as suas palavras. Produz-se neste processo, através da enunciação, um “imbriçamento” entre os enunciados e o mundo representado: os enunciadores pelo modo que enunciam, atestam a legitimidade do que dizem conferindo, em si mesmos, autoridade à suas falas pelo simples e contundente fato de encarná-las em suas vidas. O maior exemplo disso

está na perspectiva da abundância material vista na vida da maioria dos líderes das igrejas eletrônicas.⁵

Percebemos que o *ethos* dos locutores institucionais das denominações que utilizam a mídia acaba sendo montado e constituído a partir de certas noções, atitudes, comportamentos e estilo de vida de quem faz parte da liderança da denominação. Como se os locutores-pregadores pudessem simplesmente dizer: “olhem para mim, vejam que a minha vida encarna o que eu prego”, mesmo que, literalmente, não digam isso. A respeito do *ethos* comenta Ducrot (1984:201):

“Não se trata de afirmações elogiosas que o orador pode fazer sobre sua própria pessoa no conteúdo de seu discurso, afirmações que, contrariamente, podem chocar o ouvinte, mas da aparência que lhe conferem o ritmo, a entonação, calorosa ou severa, a escolha das palavras, dos argumentos (...) É na qualidade de fonte da enunciação que ele se revestido de determinadas características que, por ação reflexa, tornam essa enunciação aceitável ou não”.

Para a enunciação se tornar aceitável, percebemos, na análise dos programas, que os pregadores colocam-se como referenciais quando falam de si mesmos. O papel que eles passam a desempenhar está longe de ser o de pessoas passivas diante das dificuldades. Assim, apresentam-se como dotados de fé, vontade própria e livre arbítrio, para buscarem e alcançarem o carisma, a vitória e a prosperidade de Deus. Estes pregadores se moveram em direção ao poder de Deus e agora se colocam como referenciais de sucesso e modelos a serem seguidos.

Nessa hora, é importante considerar que o percurso discursivo dos sermões é apresentado em sua constituição, a partir das posições discursivas adotadas pelas denominações em suas estruturas doutrinária e argumentativa (Teologia da Prosperidade, Confissão Positiva, Batalha Espiritual, entrega de dízimos e ofertas, entre outros), com ênfases mais leves e mais sutis no discurso da Igreja Católica Romana, embora, gradativamente, os pregadores católicos estejam reproduzindo o discurso religioso evangélico, inclusive com referência aos dízimos⁶.

Do ponto de vista semântico, a enunciação dos sermões dos pregadores midiáticos remete os fiéis a discursos que estão em circulação no meio evangélico neopentecostal⁷ que luta contra a crise – para eles, resultado da ação do diabo que tenta atrapalhar os planos de Deus, causando sofrimento ao gênero humano – e traduz, por conseguinte, um quadro socioideológico de confrontação ou de aceitação das idéias. Assim, vemos na auto-evocação da autoridade profética e espiritual dos ministros das igrejas eletrônicas, a indução da aceitação aos postulados religiosos da denominação apresentada na propagação da luta travada como uma batalha espiritual, acarretando, em seguida, à não-aceitação de uma vida de dor, sofrimento e derrota.

Nesta condição, os locutores-pregadores declaram a vitória dos servos de Deus, negando a aceitação da desgraça, da pobreza, da miséria, porque repreendem o inimigo (diabo) e alegam que os fiéis receberão de volta o que ele roubou, inclusive a saúde (se for um caso de enfermidade). Desse modo, os locutores-pregadores manifestam, além da percepção

dos fiéis, os seus próprios pontos de vista, reiterando o subentendido de que eles são portadores de autoridades divinas, concedidas não só pela igreja instituição, mas também de forma sobrenatural por Deus. Os discursos são concebidos de maneira que os postulados das igrejas sejam respaldados e incutidos no dia-a-dia dos fiéis que encontram, no universo em que estão inseridas, as presenças de corpos enunciados semelhantes aos apresentados no discurso da denominação. Ver-se então, os pregadores-enunciadores, cujos corpos participam da cenografia, encarnarem o “ideal” de vida, obtido quando atrelado à adesão aos postulados doutrinários da denominação religiosa em questão.

A partir disso, esses postulados, pregados exaustivamente nos sermões midiáticos, podem penetrar no imaginário dessa cenografia constituída e experimentar a adesão de se inscrever fisicamente neste contexto, passando a vivenciar de modo palpável tal cenografia.

Notas

¹ Informações extraídas da revista eletrônica com base nos dados do Instituto de Estudos da Religião (Iser), no site: http://www2.uol.com.br/revista_da_tv.htm#08, consultado em 12.12.03.

² A tese da heterogeneidade discursiva foi instituída na 3ª fase da Análise do Discurso, com Authier-Revuz. Na década de 80, mais precisamente em 1982 e 1984, a autora lançou dois artigos que abordavam o tema da heterogeneidade. Em tais artigos, ela sustenta que a homogeneidade do discurso é uma ilusão, apresentando a tese que o discurso é, na verdade, atravessado por “outros” discursos que denunciam necessariamente a presença de diversas vozes em uma só voz.

³ Existem duas classificações para o “falar linguas estranhas” a saber: Xenoglossia -falar em língua estrangeira sem o prévio conhecimento da mesma (como no livro de Atos dos Após-

tolos – At 2:7-8) e glossolalia - falar em língua desconhecida, ou seja, a língua dos anjos - que é desconhecida dos homens.

⁴ Surgida nos Estados Unidos, a Teologia da Prosperidade é chamada Health and Wealth Gospel, trata-se de uma corrente cujo discurso valoriza a prosperidade e reabilita eticamente o dinheiro e os ganhos materiais. (Prandi, 1997).

⁵ A maior parte dos líderes religiosos que utilizam mass media desfrutam de prestígio, fama e condições financeiras bastante satisfatórias.

⁶ A doutrina do dízimo consiste na devolução a Deus de 10% dos ganhos provenientes dos rendimentos profissionais. A necessidade de entrega dos dízimos, segundo texto veiculado pela Igreja Católica no site <http://www.catedraldecaxias.org.br/dizimo.php>, consultado em 05.01.04, se faz porque: “ *O Dízimo é um compromisso com a sua igreja e com o próximo, uma resposta de consciência de sua família e um ato de amor, de partilha e de justiça com Deus e com a Igreja. Não deve ser considerado como uma esmola que a família dá contra a vontade, nem como um pagamento, uma taxa ou imposto. Também não é uma troca de favores, nem comércio e, muito menos, uma compra de sacramentos*”.

⁷ Conforme Ricardo Mariano, em seu artigo “O futuro não será protestante”, o “Neopentecostalismo”, como estratégia “proselitista”, pouco exige dos adeptos. A exceção mais evidente fica por conta dos incessantes pedidos de dízimos e ofertas. Em troca, promete a solução para todos os problemas, o fim do sofrimento, a panacéia. Seu sucesso fundamenta-se extensamente no milagre, na magia, na experiência estática, no transe, no pietismo ou na manipulação da emoção transbordante e desbragada, todas práticas desprezadas e reprimidas pelas igrejas católica e protestante históricas. Propiciam, em suma, magia e catarse para as massas.

Referências bibliográficas

AUTHIER-REVUZ, J. “ Heterogeneidade Mostrada e Heterogeneidade Constitutiva: elementos para uma abordagem do outro no discurso”. Paris. In: *DRLAV 26*, 1982

BARTHES, R. .“ L’ancienne rhétorique”. In: *Communications*, nº 16, 1996.

DUCROT, O. *Le dire et le dit*. Paris: Éditions de Minuit, 1984.

MAINGUENEAU, D. *Novas tendências em análise do discurso*. 2ª ed. Trad. de Freda Indursky. Campinas: Pontes, 1993.

MAINGUENEAU, D. "O Cenário da Enunciação: a cenografia." In: *O contexto da obra literária*. Trad. de Marina Appenzeller; Rev. Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

MAINGUENEAU, D. "O Discurso Citado." In: *Elementos da lingüística para o texto literário*. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

MAINGUENEAU, D. *Análise de textos de comunicação*. 2ª ed. Trad. de Cecília P. de Souza-e-Silva e Décio Rocha. São Paulo: Cortez, 2002.

MARIANO, R. *Neopentecostalismo: os pentecostais estão mudando*. São Paulo: dissertação de mestrado em Sociologia, FFLCH-USP, (1995).

PRANDI. *Um Sopro do Espírito: a renovação conservadora do catolicismo carismático*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo (Fapesp), 1997.

RIVERA, P. *Tradição, transmissão e emoção religiosa*. São Paulo: Olho D'água 2001.

Karla Regina Macena Pereira Patriota é doutoranda em Sociologia e mestre em Comunicação pela UFPE. Professora do Curso de Comunicação Social da Universidade Salgado de Oliveira (Universo) e da Faculdade Pernambucana (Fape).

As encenações do “televangelismo” como forma de entretenimento

Marco Souza*

RESUMO

Este artigo é uma tentativa de analisar o fenômeno do “televangelismo” pelo viés dos estudos de recepção, através de uma nova perspectiva que propõe a possibilidade dos programas religiosos da televisão serem assistidos por telespectadores que o assistem como uma forma de entretenimento.

Palavras-chave: Comunicação, Religião, Televisão.

ABSTRACT

This article is an effort to study the “televangelism” through the point of view of the reception researchs, in a new perspective that proposes the possibility of watching religious TV shows as a form of entertainment.

Keywords: Communication, Religion, Television.

RESUMEN

Este artículo es una tentativa de analizar el “televangelismo” pelo bias de los estudios de recepción, por medio de una nueva perspectiva la cual indica la posibilidad de lo programa religioso de TV ser una forma de entretenimiento para los telespectadores.

Palabras clave: Comunicación, Religión, Televisión.

*“Se Jesus estivesse vivo, estaria usando a
TV para evangelizar.”*

Padre Eduardo Dougherty

*“De fato, era o entretenimento e não a religião,
como queria Marx, o ópio do povo.”*

Neal Gabler

Desde o começo da sua história, em 1923, a televisão foi pensada como um invento tecnológico que poderia servir como um modelo inovador de envio e recepção de sinais elétricos ou como um simples meio de transmissão que compartilhava as mesmas funções do telefone e do telégrafo. Nos seus primórdios, ninguém sabia, realmente, qual a extensão dos seus usos, mas, mesmo assim, a TV não demorou a se transformar em uma espécie de epicentro cultural a partir da segunda metade do século 20. Afinal, a televisão foi, progressivamente, reorganizando e reestruturando os outros meios de comunicação de acordo com as características próprias da sua lógica audiovisual.

O rádio, muito embora tenha perdido centralidade, ganhou penetrabilidade e flexibilidade, adaptando as suas modalidades e os seus temas ao ritmo fragmentado e acelerado da TV. Os jornais e as revistas, na mesma medida em que se mantiveram atentos para as informações veiculadas pela televisão, também se especializaram na variedade e na concisão de seus conteúdos, em consonância com os diferentes segmentos e interesses do seu público-leitor. Os filmes¹, de um modo geral, foram obrigados a atender aos ditames da linguagem televisiva, já que o destino

do produto filmico atual (feito para o cinema, vídeo, DVD e até para internet) é ser absorvido e transmitido pela grade de programação das TVs abertas ou por assinatura². A própria internet (uma mídia posterior ao meio catódico) está imbuída de muitas características televisivas como a mediação de uma tela, a percepção visual, a necessidade de uma transmissão veloz, a fragmentação de conteúdos, entre outros.

Portanto, é por causa desses níveis de influência e de acessibilidade a todo tipo de público, da sua habilidade de veicular toda forma de conteúdo e das suas variáveis de organização e de fruição, que a televisão passou a ser um meio privilegiado na articulação social e cultural dos indivíduos. Só que, de maneira ambígua, ela se divide, ao mesmo tempo, entre o seu lado de instituição integradora com responsabilidades e deveres sociais e o seu outro lado (que, provavelmente, é o lado mais preponderante) de entidade comercial direcionada pelo lucro e pela rentabilidade máximos.

Algo vital para um mundo moderno, no qual a produção televisiva é também uma mercadoria valiosa e os fluxos de circulação dessa produção, controlados por instituições e empresas ligadas aos mais diversos setores produtivos, por meio de uma intrincada rede que agrupa, em um mesmo fenômeno, atividades que, na origem, são diferentes (esportes, notícias, arte, educação, lazer, turismo, showbiz, e assim por diante). Mas que se articulam enquanto mercadorias destinadas ao consumo específico que é caracterizado pelos princípios básicos de um grande e difuso espaço conhecido como entretenimento. Uma instância que, atualmente, possibilita transformar tudo, literalmente,

em mercadoria para consumo, das mais ordinárias e baratas experiências até as pretensiosamente mais exclusivas, sofisticadas e caras. É assim que o entretenimento engloba o mundo, e a televisão, em certo sentido, é o seu modo preponderante de comunicação. Principalmente porque:

Nenhum veículo gerou imagens como a televisão. Abominando o ar vazio, obrigada a nos manter estimulados para que não mudássemos de canal ou, pior, desligássemos o aparelho, a televisão converteu tudo que aparecia na tela em entretenimento, que era a sua forma natural de discurso. “Não importa o que ela mostre, ou de que ponto de vista”, escreveu Postman³, falando sobre a televisão, “a suposição açambarcante é que ela está ali para nos divertir e dar prazer”. Transformada no meio primordial mediante o qual as pessoas se apropriavam do mundo, a televisão disseminou uma epistemologia na qual toda e qualquer informação, não obstante a fonte, era forçada a se transformar em entretenimento: a era da tipografia cedendo lugar à era da televisão e mudando nossa forma de pensar. (GABLER, 2000: 57-58)

Através dessa passagem que vai da *Sociedade do espetáculo*, de Guy Debord (1997) para essa *Sociedade do entretenimento*, de Neal Gabler, é possível perceber como prevalecem, cada vez mais, uma cultura na qual a maior parte dos estímulos simbólicos vem da

mídia e uma sociedade cujo essencial de suas estruturas reside sobre a lógica mercantil da informação e da comunicação. Por isso, como principal meio comunicacional da modernidade, a televisão se mostra, em demasia, como se fosse uma espécie de imersão que permeia a vida humana através do simples ato de apertar um botão. Ligar a TV transformou-se em uma ação tão corriqueira quanto o gesto de girar uma torneira de água, acionar uma lâmpada, falar em um celular ou acessar a internet. São tecnologias do cotidiano incorporadas, totalmente, nos hábitos do dia-a-dia, e que servem como indícios precisos de como a televisão ostenta um lugar central na história das sociedades contemporâneas e na história da relação destas com os indivíduos.

De tal forma que ela foi, progressivamente, assumindo a posição de um objeto de estudo teórico que, atualmente, possui um status referencial nas análises acadêmicas através de um amplo espectro que não se limita a examinar apenas os processos televisivos de produção e de consumo, mas, igualmente, as capacidades culturais e as possibilidades de percepção que determinam a recepção e o consumo das imagens catódicas. Afinal, a TV não funciona de maneira isolada do social, pois, apesar de ter regras próprias de produção e uma autonomia nos seus modelos de difusão, a televisão depende, claramente, de diferenciadas formas de expressão presentes no uso cultural praticado e vivenciado pelos telespectadores.

Os valores sociais e culturais convertem-se, com isso, nas dimensões mais importantes projetadas pela programação televisiva. Tanto que nos estudos sobre a

comunicação de massa, as perspectivas sociológicas e empíricas tiveram sempre uma grande presença na reflexão sobre a televisão. Mas, através disso, é cabível observar que as grandes perguntas e interrogações feitas, desde a década de 50 do século passado até o século atual, sobre esse meio, ainda não foram resolvidas. Assim, o interesse científico e metodológico que a TV sempre provocou, evidencia-se na quantidade de estudos e experimentos realizados, como também na diversidade de técnicas e modelos de análises utilizados.

Tal situação gerou uma produção de conhecimento que, em sua maior parte, não conseguiu fugir da marca que as origens técnicas dessa mídia deixaram por meio de um determinismo tecnológico que logo foi articulado aos condicionamentos políticos, econômicos e culturais da sociedade. Esses condicionamentos tornaram-se palavras-chaves, não apenas da história da televisão, mas também da sua investigação, e, portanto, das múltiplas teorias e dos inúmeros paradigmas elaborados para sua compreensão.

Com isso, reconhecer os eixos que direcionam e servem de referência aos estudos da televisão significa perceber como eles se atêm, freqüentemente, aos seus efeitos, a sua qualidade de instituição socializadora e a sua condição de veículo de informações variadas. Nesse sentido, indicando uma linha que ressalta como o funcionamento da televisão, com sua linguagem, seus gêneros e seus formatos, obedece a estruturas comunicativas, culturais, intertextuais e socializadas que acabam pontuando os aspectos determinantes para as análises acadêmicas dos programas e dos conteúdos televisivos em relação aos espectadores.

Com o transcorrer do tempo, entretanto, a figura do espectador revelou-se como uma espécie de ponto central, passando a definir o enfoque da maioria das análises que examinam a produção de sentido na interação do público com a televisão. É uma divisão das pesquisas em comunicação que foi denominada de estudos de recepção. Só que, ao contrário de utilizar o conceito de recepção como um modelo de passividade que classificaria o receptor como um receptáculo dos conteúdos televisivos, esses estudos ressaltam, de fato, a recepção como uma atividade própria que envolve as características particulares do receptor e, igualmente, a sua capacidade de interferir, ativamente, nos propósitos intencionais colocados pela TV em sua programação.

Por isso, a fruição polifônica que caracteriza todo o processo de recepção das imagens televisuais, deixa lacunas abertas para o preenchimento individual de cada telespectador. Assim, essa apropriação dos signos televisivos é, antes de tudo múltipla, incompleta, cabendo a cada um, com seu repertório anterior de histórias e de significados pessoais e coletivos, preencher as lacunas de percepção através de formas extremamente singulares. Portanto, antes de ser categorizada como um modelo massificador e diluidor de intenções e referências, a televisão, por meio dos estudos de recepção, é entendida como um processo de produção ao qual pode-se imprimir, constantemente, diferentes propósitos e reações. O desenvolvimento das análises da audiência televisiva acompanhou uma progressão que vem:

Desde a época de sua implantação social em grande escala no início da década

de 1950. (...) De maneira significativa no início, eram os indivíduos que pertenciam às categorias sociais desfavorecidas que mais assistiam à televisão. Quando suas horas de audiência começaram a atingir o ápice, ela aumentou nas categorias sociais privilegiadas. Com a década de 1960, a televisão finalmente conseguiu penetrar em todos os meios sociais, até mesmo no lar desses privilegiados mais próximos da cultura escrita e inicialmente hostis à invasão de seu tempo de lazer pela televisão. Isso não significa, todavia, que a experiência individual de assistir à televisão seja a mesma para todos: as estatísticas sobre o fato de que um aparelho de televisão esteja ligado em uma casa não nos informam sobre a experiência efetiva das pessoas diante da telinha. Além disto, o acesso aos canais suplementares distribuídos via cabo e o uso do videocassete e do DVD, possibilidades típicas das décadas de 1980 e 1990, abrem novos mercados e ao mesmo tempo novas perspectivas para o consumo televisivo. (BRETON; PROULX, 2001: 45-46)

Insiste-se, com isso, na importância de um sujeito-receptor ativo e também produtor e participante de um processo de construção dos significados dos conteúdos televisivos. Pela extensão de toda essa interação entre recepção e comunicação televisiva, existe, atualmente, um número expressivo de pesquisas “comunicacionais” que se dedicam a estudar os variados aspectos da

relação TV e espectador. No domínio dessas pesquisas, um tipo de análise que ocupa uma quantidade destacada de trabalhos publicados é um fenômeno caracterizado pela utilização das possibilidades do meio televisivo por parte de diferentes segmentos da esfera religiosa e que é conhecido como “televangelismo”. Algo que resulta das variações sociais sofridas por um campo religioso representado por poucos modelos de religião e que, por causa disso, apresentava, até aproximadamente a metade do século 20, a inexistência de um leque mais diversificado de opções religiosas.

Devido ao fato dessa espécie de primeiro estágio do campo religioso estar alicerçado na tradição social ou familiar, havia, então, uma pequena possibilidade de transferência de um indivíduo para outro grupo religioso. Entretanto, com o aprofundamento de um processo irreversível de consumo e da conseqüente distensão de todos os elementos considerados estáveis: normas, crenças, valores, atitudes socialmente aceitáveis, ocorreu, conseqüentemente, o surgimento de um pluralismo capaz de aumentar as oportunidades de escolha e de adesão do indivíduo. O que provocou, dessa maneira, a passagem de um campo religioso fundamentado por uma espécie de monopólio de crença para uma nova forma de religião, uma religião marcada pelos ditames e pelas demandas do mercado capitalista de consumo e de satisfação.

Desse modo, as organizações religiosas, obviamente, foram direcionadas para os caminhos dessa nova situação de mercado, e, assim, optaram por adequar as características de seus discursos

religiosos às características de um produto que necessita ser assistido e consumido. Para tanto, tendo que ser ajustado às necessidades de uma grande massa de público, o que permite, então, atender aos diversos anseios dos diferentes segmentos que compõem esse público. Assim, a transmissão desse novo tipo de discurso religioso, massivo e consumível, recai, obviamente, na abrangência intrínseca a TV, que acaba gerando uma produção em série de programas “televangélicos”. Sendo cabível constatar que,

Programas transmitidos pela televisão, que não são poucos, utilizam verdadeiros recursos cinematográficos, com perfeitos efeitos especiais, realizados, na maioria das vezes, nos estúdios de gravação da própria organização religiosa. Além de todo o aparato técnico, é também interessante a diversidade de opções que os fiéis têm a seu dispor no que diz respeito à programação religiosa ofertada pela televisão. Há programas para todos os gostos e todas as faixas etárias (de programas de auditório a clipes), os quais podem ser encontrados nos mais diversos horários e em vários canais de televisão. Tudo isso realizado por especialistas que são apresentados, sem nenhuma cerimônia nos programas religiosos, como é o caso de assessores de marketing que dão entrevistas nas quais comentam o sucesso de determinada programação. (...) A religião

tem, cada vez mais, participado da intensa invasão cotidiana do espaço privado ao levar, através dos meios de comunicação de massa, as missas, os cultos e as suas músicas para dentro das casas das pessoas. (BORZUK, 2000: 11-12)

Através dessa repetição de fórmulas televisivas, corriqueiras e consagradas, as mais difundidas manifestações religiosas da contemporaneidade⁴ estão, irremediavelmente, sendo mediadas pela TV por meio dessa “estandardização” de mensagens e também das formas utilizadas para veiculá-las. Algo que é totalmente passível de verificação ao se assistir a aeróbica do Senhor, do padre Marcelo, a retórica milagrosa de R.R. Soares ou a programas como a Missa do Santuário do Terço Bizantino, o Show da Fé, a Realidade Atual, a Escola Bíblica na TV, o Santo Culto em seu Lar, o Encontro com Cristo, a Raboni e Você, entre outros. São todos exemplos de “televangelismo” que correspondem, claramente, a um modelo televisivo de expressão que só funciona de acordo com procedimentos característicos da produção de TV.

A partir disso, as pesquisas de comunicação que propõem um estudo desses programas assumem, constantemente, uma posição que analisa a organização de um “televangelismo” exteriorizado por um discurso religioso, oferecendo um conforto milagroso dirigido aos frustrados, desajustados, doentes, impotentes, fracassados, viciados, pobres, miseráveis, infelizes. Dessa maneira, a medicina, ciência, economia, política, sociedade e a cultura são desacreditadas para responder aos grandes problemas da vida humana, cabendo a

religião o poder da solução e do bem-estar para uma existência religiosa que carrega em si a plenitude da felicidade financeira, da aparência bem-sucedida e do ânimo contínuo necessários para o convívio midiático do mundo contemporâneo. A comercialização das criações espirituais por meio dessa associação entre mídia e religião obedece, então, a uma lógica de mercado no qual o consumo religioso implica em expungir algo que possa ter efeito no plano do imediato, enquanto que o plano do divino perde a sua importância efetiva.

Em termos de estudos de recepção, esse desenvolvimento de certas tendências por parte do “televangelismo” é entendido, entretanto, de acordo com uma visão clássica que predispõe uma relação básica de poder, já que a figura do telespectador é ainda relacionada com um estado de passividade evidente. Algo que acontece porque a ligação estabelecida é sempre estruturada a partir da prevalência do discurso “televangelista” sobre o indivíduo, ficando exposto aos diferentes programas religiosos de TV.

Assim, o telespectador sofre, necessariamente, os efeitos intencionais pretendidos por esse tipo de programa, efeitos que estariam restritos, unicamente, a possibilidades religiosas. Uma situação que, em si, nega a recepção televisiva como um processo dependente, em larga escala, de como cada indivíduo da audiência faz, em alguma medida, uma seleção singular dos elementos que compõem o conteúdo da programação de TV. Com isso, o indivíduo telespectador reage, freqüentemente, a partir de componentes particulares que podem desvirtuar, completamente, as intenções originais propostas por qualquer programa de televisão.

Afinal, é óbvio que existem, de maneira firmemente institucionalizada, os horários de ligar a TV para assistir a determinados programas. Mas, contudo, existem, igualmente, os determinados horários, em que milhões de pessoas estão preparadas para assistir a televisão, independente de uma oferta específica da programação. É nesses dois aspectos que entra, com exatidão, a lógica vigente do entretenimento. Pois, ao se percorrer as idas e vindas dos pólos da cadeia “comunicacional” percebe-se que o conteúdo televisivo está sujeito a múltiplas variáveis, então, a intenção almejada pelo produto transmitido pode não vir a ser a mesma captada e recolhida pelo telespectador através de percursos extremamente pessoais de impressão de significados.

Portanto, a atuação televisual do espectador também funciona como um ato de criação com uma espécie de intuito transformador que atende a valores estéticos e padrões éticos distintos. Sobretudo porque nos processos característicos da comunicação, a criatividade é uma forma fundamental de recepção, mesmo na produção industrializada de bens culturais e no seu consumo por largas faixas da população. Por isso, nem todo telespectador que se dispõe a assistir um programa “televangélico” está precisamente direcionado por alguma motivação religiosa ou disponível a atender a um chamado religioso, podendo também estar interessado em encontrar, simplesmente, algum tipo de entretenimento presente em qualquer modelo de produção televisiva.

Por meio dessas instâncias diversas e desses patamares diversificados, é indispensável compreender como a existência da mídia depende, propriamente, da figura do telespectador receptor que é:

Bem mais do que um “receptor de imagens”, às quais se esforça, conforme o domínio que tenha do **código**, por decodificar ou decifrar. Um **receptor** costuma “reconhecer mensagens”, no sentido de que as submete, para fins de interpretação, ao crivo referente aos valores sociais que defenda, ao grau de instrução escolar que possua, à experiência de vida que tenha e à lógica de raciocínio que habitualmente adote. Pelo recurso ao código, que em algum grau de domínio tem em comum com o **emissor**, ele decodifica a **mensagem**; pelo exercício de seu **repertório**, ele a reconhece. Pela negociação mediadora, ele a dota de **sentido**. (POLISTCHUK; TRINTA, 2003: 150)

Um sentido que, habitualmente, está relacionado com a possibilidade do entretenimento. Porque os telespectadores, de fato, podem estar interessados em algum tipo de informação, mas, na grande maioria das vezes, estão procurando, nos frames da programação televisiva, por um estado de ambivalência que os coloque em um vaivém apto aos levar do tédio à fascinação e da fascinação ao tédio. Ao assistir TV, esse agrupamento de espectadores procura, nos raios catódicos, por um interesse específico representado por programas que tragam distração, relaxamento, satisfação, encantamento, animação, excitação, enfim, é uma busca por momentos de entretenimento que, obviamente, podem diluir qualquer sensação desagradável advinda do zapping por instantes tediosos que são suportados até a chegada do esperado e sagrado êxtase do diver-

timento. É a materialização de um desejo de alcançar uma posição de recostamento em frente ao espaço retangular da tela de televisão para, com isso, ser entretido com uma vazão fragmentada de imagens e sons. Nessa situação fica-se disposto a se identificar com as coisas mais bobas e inusitadas somente para satisfazer a essa necessidade crucial por algum tipo de diversão imediata, por algum tipo de recepção capaz de extrair o mínimo de contentamento televisivo.

Portanto, por um nível tão amplo de público que consegue dar uma audiência de milhares de pessoas para canais especializados em assuntos tão inusitados (leilões de gado, proclamações no congresso, teleshopping, procedimentos jurídicos, entre outros), as encenações do “televangelismo” com, por exemplo, seus testemunhos de sofrimento e de redenção (representando níveis melodramáticos), seus exorcismos freqüentes de um demônio figurante de TV (representando níveis espetaculares), seus pregadores teatralizados (representando níveis dramáticos), é possível discernir a existência de um número considerável de telespectadores que encontram o mais puro entretenimento nessa forma específica de televisão. Algo que revela como a capacidade de recepção do público diante da TV funciona através de um processo de comunicação tão intrincadamente complexo, conseguindo transformar até mesmo o que normalmente se espera que sejam os rendimentos únicos expressos por um formato televisivo voltado para o campo religioso.

Nesse sentido, até o programa de televisão mais restrito em intenções está estruturado em princípios “comunicacionais” que podem ter efeitos inesperados na medida em que o telespectador confere significados

baseados na satisfação de suas próprias intenções televisivas. Portanto, é preciso reconhecer a imensa variedade de utilização e de gratificação que possibilita às pessoas fazer um uso, completamente, personalizado de qualquer produto midiático.

Notas

¹ Os filmes feitos para cinema são editados, hoje em dia, com os momentos específicos que serão usados para o corte para os intervalos comerciais da TV.

² Valendo mencionar a influência que a linguagem televisiva imprime em outras formas de expressão como, por exemplo, a literatura, a música, as artes plásticas ou o teatro.

³ POSTMAN, Neil. *Amusing ourselves to death: public discourse in the Age of showbusiness*. New York: Viking Press, 1984.

⁴ Mesmo no controlado mundo mulçumano, começam a surgir programas televisivos em redes árabes voltados para esse tipo de difusão. Sendo possível constatar que essas práticas contêm utilizações muito esparsas no budismo e no judaísmo.

⁵ Sendo que um único ponto na medição de audiência do Ibope equivale a 49.000 telespectadores.

Referências bibliográficas

BRETON, Philippe; PROULX, Serge. *L'explosion de la communication*. Paris: Éditions La Découverte, 2001.

BORZUK, Cristiane Souza. *Os movimentos carismáticos e neopentecostais e o capitalismo administrado*. 2000. São Paulo. PUC-SP (mestrado em Psicologia Social), 121f.

BOURDON, Jérôme; JOST, François (Ed.). *Penser la télévision: actes du colloque de Cerisy*. Paris: Nathan, 1998.

CASSETTI, Francesco; DI CHIO, Federico. *Análisis de la televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona: Paidós, 1999.

CORNER, John. *Critical ideas in television studies*. Oxford: Oxford University Press, 1999.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Trad. Otilia Cevasco. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DE SOUSA, Mauro Wilton (Org.). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: ECA/USP/Editora Brasiliense, 1995.

GABLER, Neal. *Vida, o filme*. Trad. José Marins. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

HARTMAN, Atilio Ignácio. *Religiosidade e mídia eletrônica: a mediação sociocultural religiosa e a produção de sentido na recepção da televisão*. 2000. São Paulo. ECA-USP (doutorado em Ciências da Comunicação), 352f.

MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Editora Senac, 2000.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; REY, Germán. *Los ejercicios del ver: hegemonia audiovisual y ficción televisiva*. Barcelona: Gedisa, 1999.

MARTINHO, Luis Moura Sá. *Mídia e poder simbólico: um ensaio sobre a comunicação e o campo religioso*. São Paulo: Paulus, 2003.

MORLEY, David. *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrorty Editores, 1996.

PRANDI, Reginaldo. *Um sopro do espírito: a renovação conservadora do catolicismo*. São Paulo: Edusp, 1997.

STRINATI, Dominic. *Cultura popular: uma introdução*. Trad. Carlos Szlak. São Paulo: Hedra, 1999.

WILLIAMS, Raymond. *Raymond Williams on television*. London: Routledge, 1989.

Marco Souza é jornalista e doutorando do Programa de Estudos Pós-graduados em Comunicação e Semiótica da PUC-SP.

Conexões transdisciplinares

Internet, imprensa e as eleições de 2002: pautando notícias em tempo real

Alessandra Aldé* e
Juliano Borges**

RESUMO

O artigo aborda as relações entre as campanhas eleitorais e a internet, a partir da análise da cobertura dada pelos jornais à agenda política originada pelos sites dos candidatos a presidente, em 2002. Analisamos as versões impressa e digital de O Globo e Jornal do Brasil, mostrando como a internet foi usada estrategicamente pelos candidatos para provocar notícias em tempo real que acabaram amplificadas pela mídia, reforçando ataques que, de outra forma, não teriam tido tanta visibilidade.

Palavras-chave: Internet e eleições, jornais digitais, jornalismo eleitoral.

ABSTRACT

This research paper broaches the relations between the electoral campaigns of the main presidential candidates to the 2002 Brazilian elections and the Internet, by analyzing the coverage of political agenda originated by the campaign official websites on the digital and paper versions of the national daily newspapers Jornal do Brasil and O Globo.

Keywords: Internet and elections, digital news media, electoral journalism.

RESUMEN

Ese texto investiga las relaciones entre campañas electorales y internet, analizando la cobertura de los periódicos a la agenda política originada en los sitios de los candidatos brasileños a presidente, en las elecciones del 2002. Estudiamos las versiones impresa e digital de los diarios O Globo y Jornal do Brasil, demostrando como la web fue usada estratégicamente por los candidatos para provocar noticias entonces amplificadas por los medios, dando más visibilidad a los ataques entre ellos.

Palabras clave: internet y elecciones, periódicos digitales, periodismo electoral.

Eleições e novas tecnologias da comunicação

As novas tecnologias de informação e comunicação estão transformando sociedades, governos e sistemas políticos no mundo contemporâneo². Dentro do âmbito mais geral dos estudos de mídia e política, a motivação para esta pesquisa foi investigar o impacto das novas tecnologias, particularmente a internet, nos processos eleitorais. Trata-se de um campo de pesquisa pioneiro e relevante, dentro do qual nos interessa, particularmente, a interação entre a nova mídia e os meios de comunicação de massa tradicionais. Os jornalistas, atores influentes na produção do noticiário, e conseqüentemente da cultura política³, recorrem crescentemente à internet como fonte de informação, o que torna a rede um novo campo de disputa política. Candidatos, partidos, governos e movimentos sociais podem se empenhar na produção, via internet, de informação noticiável procurando conquistar a atenção da “grande mídia”, capaz de ampliar a repercussão de seus discursos. Alcançando, principalmente, através da informação mais qualificada, porém custosa e de acesso mais difícil – jornais, internet, canais a cabo – uma elite cognitiva, vista por sua vez como especialmente habilitada para emitir opiniões sobre a política, justamente por seu acesso especializado. Opiniões que serão buscadas, principalmente, no período eleitoral, único momento político em que toda a sociedade realmente se sente mobilizada a se justificar pelas suas escolhas, procurando explicações convincentes para votar neste ou naquele candidato.

A partir da base de dados coletada e organizada no âmbito do Doxa (Laboratório de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública), do Iuperj, analisamos sistematicamente as peças jornalísticas, impressas e digitais, cujos títulos e resumos faziam referência aos sites dos quatro principais candidatos presidenciais de 2002, buscando avaliar a capacidade relativa de suas campanhas de influenciarem a cobertura jornalística a partir de seus sites oficiais. A presente comunicação traz os primeiros resultados desta pesquisa que pretendemos desdobrar com estudos do conteúdo dos próprios sites e com a análise de sua recepção entre usuários especializados (jornalistas, militantes) e não-especializados.

Embora o jornalismo digital já existisse, por ocasião das eleições de 1998, esta foi a primeira campanha em que a internet desempenhou um papel político relevante, sendo usada estrategicamente pelos candidatos para provocar notícias em tempo real que acabaram amplificadas pela mídia, reforçando ataques que, de outra forma, não teriam tido tanta visibilidade.

Este fenômeno foi consequência, em parte, do alto grau de competitividade desta eleição. Desde o começo daquele ano, as pesquisas de opinião mostravam que quatro, dos seis candidatos concorrentes, tinham possibilidade real de chegar ao segundo turno. Uma conjuntura bem diferente da que cercou as eleições de 94 e 98, vencidas por Fernando Henrique Cardoso, sem grande surpresa, já no primeiro turno. O quadro de indefinição das eleições de 2002 elevou o tom da disputa a níveis que não eram vistos no Brasil desde as

eleições de 1989, quando a polarização ideológica e o momento político do país – a primeira eleição para presidente da República depois de 21 anos de ditadura militar – contribuíram para o acirramento da competição.

Em 2002, o resultado de oito anos de uma política econômica ortodoxa havia garantido o controle da inflação, à custa de índices de crescimento irrisórios. O aumento do desemprego tornou-se um dos focos da agenda pública, contribuindo para a queda da popularidade do governo. Dos quatro candidatos viáveis, três se apresentavam como alternativas de oposição. Desse modo, se na campanha de 1998 o tema da mudança foi tratado como um fator de instabilidade, associado aos riscos e ameaças que poderia trazer ao país, na eleição de 2002 o desejo de mudança foi identificado como a principal orientação dos eleitores e, portanto, do discurso político. Todos os candidatos, mesmo o que representava a situação, propuseram, ao menos retoricamente, uma perspectiva transformadora. As campanhas concorrentes, desse modo, empenharam-se em qualificar a mudança, transferindo a disputa política para a relativa capacidade ou coerência dos diferentes candidatos para realizá-la. A competição, assim, foi mais personalista, com ataques frequentes entre candidatos.

Outra mudança, em relação às duas eleições anteriores, foi o papel dos meios de comunicação que conferiram à disputa uma visibilidade excepcional. A maioria dos analistas concorda que esta eleição foi a que, nos anos recentes, mais mobilizou a cobertura jornalística; os agentes de notícias, no entanto, não mostraram, como em ocasiões anteriores, preferência explícita por nenhum dos candidatos⁴.

Apesar do Jornal do Brasil e O Globo estarem entre os primeiros jornais brasileiros com versões na internet – lançadas em 1995 e 1996, respectivamente – esta foi a primeira eleição na qual a cobertura eleitoral, por meios digitais, tornou-se politicamente significativa. O papel desempenhado pela cobertura on-line no processo eleitoral pode também ser atribuído à maturidade e sofisticação dos meios de comunicação digital no Brasil, assim como à difusão e penetração crescente da internet entre os brasileiros. Os jornais digitais mostraram autonomia em relação às suas versões impressas. Os candidatos, por sua vez, souberam aproveitar essa tendência usando seus sites de campanha como um instrumento eficiente para provocar notícias nos jornais on-line. Em suas home pages de campanha, Lula, José Serra, Ciro Gomes e Garotinho dispuseram todo tipo de informação, fazendo da rede uma importante referência não apenas para eleitores, mas também para a imprensa.

Candidatos diferentes, um só discurso: a mudança

Luiz Inácio Lula da Silva, o candidato do PT, concorria pela quarta vez, depois de mais de vinte anos de oposição constante. Graças a uma estratégia de comunicação altamente profissionalizada, que incluiu a contratação do conhecido publicitário Duda Mendonça (responsável por mais de dez anos de campanhas de Paulo Maluf), sua estratégia de comunicação eleitoral conseguiu superar alguns fatores históricos de rejeição – tais como a falta de educação formal e de experiência administrativa – que

sempre impediram seu projeto de chegar à Presidência. Sua vitória em outubro foi, portanto, coerente com o contexto político, uma vez que Lula sempre fora um candidato identificado com a mudança.

José Serra, candidato da situação pelo PSDB, havia ocupado, durante o governo de Fernando Henrique, dois ministérios, o da Saúde e o do Planejamento. No entanto, sua estratégia de campanha – coordenada por outro importante publicitário, Nizan Guanaes – preferiu enfatizar as diferenças em relação ao seu antecessor, e levou sua propaganda a abraçar o tema da mudança, através do slogan “mudança com segurança”, em lugar de ressaltar as realizações do governo federal durante os dois mandatos anteriores. Durante as seis semanas de propaganda eleitoral gratuita, por exemplo, o presidente Fernando Henrique apareceu em apenas um programa de Serra. Para alguns analistas, esse foi o maior erro estratégico de Serra, já que os eleitores dificilmente perceberiam o candidato da situação como a alternativa mais indicada para promover mudanças significativas. Como afirma Almeida, o discurso de Serra estava fora de seu lugar de fala⁵. A situação de Serra era análoga, neste sentido, ao discurso de Lula, em 1994, no momento em que adotou a estratégia de apresentar-se como melhor que Fernando Henrique para continuar o Plano Real, uma vez que lhe daria perfil mais social.

Outros dois candidatos desafiavam a esperança de Lula de vencer logo no primeiro turno, ambos concorrendo em partidos de oposição e criticando a situação. Ciro Gomes, do PPS, parecia ser uma candidatura promissora e competitiva. Sem muita cobertura por parte dos meios de comunicação nos primeiros

meses de 2002, a candidatura de Ciro se fortaleceu depois do primeiro programa de seu partido na televisão, em 13 de junho. Daí por diante, as intenções de voto em Ciro cresceram significativamente, e algumas projeções divulgadas pela imprensa mostravam até que ele teria chances de vencer Lula num eventual segundo turno. Sua estrutura de campanha, no entanto, foi menos profissional do que a de Serra e de Lula, e não estava preparada para responder à pressão dos meios de comunicação e de seus adversários⁶. Ciro manteve alta visibilidade nos jornais por várias semanas, mas a valência da maioria das matérias mudou de predominantemente positiva para francamente negativa. O noticiário, em geral, deixou de enfatizar a ascensão nas pesquisas de intenção de voto e as perspectivas de apoios e alianças, para divulgar os vários pequenos escândalos e associações negativas que, abastecidos pelos seus adversários, ganharam grande espaço na maioria dos jornais, tanto impressos, quanto digitais.

O quarto candidato estudado, Anthony Garotinho, tinha, como grande vitrine, suas realizações à frente do governo do Estado do Rio de Janeiro, que deixou para concorrer à Presidência. Explorando um discurso demagógico e, não raro, religioso, foi muito bem votado em seu estado natal e surpreendeu a maioria dos analistas políticos ao chegar em terceiro lugar na corrida presidencial.

Internet como ferramenta de campanha

Em termos de estratégias de comunicação, as eleições de 2002 trouxeram esta novidade, o uso dinâmico da internet como instrumento de

campanha, um recurso para fortalecer e divulgar a agenda de cada candidato dando visibilidade aos discursos políticos e garantindo um espaço para ataques de todo tipo nos sites oficiais dos políticos.

Embora a internet já tivesse sido usada na eleição de 1998, o clima de vitória antecipada, transmitido pelo governo àquela campanha, fez com que o meio fosse um mero acessório nas estratégias de comunicação dos candidatos, usada principalmente como uma referência para eleitores especialmente interessados, onde teriam acesso à informação, material de campanha, programas de governo e a agenda dos candidatos.

Em 2002, por outro lado, o crescimento da importância da internet como meio de comunicação, associado à sua maior difusão pelo país, crescente a cada ano, motivou os candidatos a utilizarem-na de forma mais ativa. Cabe ressaltar que o intercâmbio de informações entre os diferentes meios vem se tornando uma característica marcante da comunicação eleitoral no Brasil. Os jornais e noticiários, televisivos e digitais, se comunicam intensamente entre si, reproduzindo notícias e citações. E uma das fontes mais acessíveis, mobilizada por repórteres mesmo nos locais mais remotos do país, é a internet, na qual uma grande variedade de informações sobre cada ator político pode ser alcançada e acompanhada pelos meios de comunicação.

Os assessores de comunicação política, por sua vez, estão constantemente empenhados em produzir notícias positivas sobre os candidatos para quem trabalham. Trata-se, geralmente, de profissionais treinados, oriundos do sistema comercial de comunicação, cujas regras conhecem bem, e que jogam com

a necessidade da mídia de ter novidades – histórias interessantes, boas imagens, notícias dramáticas, crises, escândalos e acusações. Nesse contexto, a rede torna-se um lugar perfeito para a publicação de informações segundo o ponto de vista de cada ator, na esperança de cooptar o interesse jornalístico.

Além de sua importância como fonte de informação para os agentes das notícias, a internet foi usada também como um importante meio de comunicação direta, para acesso de um eleitorado qualificado, com alta renda e alto índice de escolaridade, visto como um grupo de formadores de opinião, não muito diferente dos que Lazarsfeld percebeu em seu estudo sobre o fluxo de comunicação em duas etapas⁷. Trata-se, no entanto, de uma elite cognitiva que é vista como especialmente qualificada justamente devido a seu acesso especializado aos meios de comunicação de massa, como destaque para os jornais impressos, canais de televisão e cabo e internet. À diferença da pesquisa clássica americana, portanto, os formadores de opinião no Brasil contemporâneo são tanto mais valorizados quanto maior e mais variado for seu acesso a fontes de informação tidas como mais exclusivas⁸.

Num contexto de alta competição, a garantia de espaço favorável nos meios de comunicação torna-se ainda mais importante para o candidato. Nesse sentido, a internet foi usada de forma criativa pelos estrategistas de campanha com um meio de estabelecer uma agenda de notícias e de expandir os limites da informação publicada na rede para outros veículos, especialmente os meios noticiosos, fossem impressos ou digitais. As páginas dos candidatos na internet fizeram uso, assim,

de recursos como a publicação de jingles de ataque, acusações e críticas a outros candidatos, além de repercutir notícias de outros veículos, impressos ou digitais. Os meios de comunicação, por sua vez, recorreram significativamente às páginas de candidatos como fonte de informação. Encontramos exemplos em que jornais chegaram a reproduzir fac-símiles dos sites, dando visibilidade a materiais, elogiosos ou acusatórios, que tiveram origem em home pages de campanha.

Antes mesmo do período eleitoral, informações de sites políticos já vinham sendo utilizadas pelos produtores de notícias. No dia 5 de maio, por exemplo, o jornal *O Globo* publicou uma pesquisa promovida pelo site do PPS sobre a atriz Patrícia Pillar, casada com Ciro Gomes. Durante os primeiros meses de 2002, Patrícia se recuperava de um câncer no seio, e Ciro Gomes diminuiu o ritmo de campanha para acompanhar de perto sua recuperação, o que valeu ao candidato algumas notícias positivas. De acordo com o jornal, o site afirmava que 53% dos pesquisados aprovavam a participação da atriz na campanha de Ciro. A matéria afirmava que, embora os líderes do PPS fossem contra a exposição da atriz, o PTB – partido que apoiou Ciro, junto com o PDT, na Frente Trabalhista – aprovava sua presença. Como foi percebido, os sites ofereciam informações que, se consideradas relevantes, passavam a ser amplificadas pela mídia.

Sites na internet e visibilidade de ataques na imprensa

O melhor exemplo a este respeito foi o uso de propaganda negativa na internet, que foi significativo. Os

sites oficiais de Serra e de Ciro protagonizaram uma campanha de difamação mútua que não teve o mesmo lugar no horário eleitoral gratuito no rádio e na televisão, devido às regras restritas de funcionamento e à fiscalização legal, com o risco de uma intervenção direta da Justiça Eleitoral⁹.

Entre os quatro principais candidatos à Presidência, Serra foi o que mais apostou nesses recursos, utilizando a internet com uma ferramenta ativa e estratégica de campanha. Seu site era bastante completo, suprimindo o internauta com toda a informação possível sobre sua campanha, incluindo o acompanhamento de suas atividades através de notícias, em tempo real, constantemente atualizadas durante o dia. A campanha de Lula, da mesma forma, montou uma página bastante profissional, que também permitiu ao eleitor comprar produtos de campanha, tais como camisetas, bonés e relógios, além de fazer doações à campanha via internet. Já Ciro Gomes e Garotinho tiveram páginas menos sofisticadas, mas igualmente dinâmicas. Todos os candidatos exploraram as potencialidades da internet como um importante instrumento para suas estratégias de comunicação.

Serra, contudo, foi o que obteve o melhor resultado, segundo sua estratégia de campanha marcadamente agressiva. Na verdade, a campanha negativa do candidato do governo não se restringiu à internet, lançando mão de ataques bem fortes também no rádio e na televisão, concentrados principalmente nas inserções curtas, de 30 e 60 segundos, distribuídas ao longo da programação. Pelo seu formato e linguagem, os chamados “spots” são espaços especialmente cômodos para o ataque a adversários, uma vez que é

difícil para o espectador identificar o autor dos ataques, diminuindo o ônus, portanto, de ser visto como um candidato destrutivo, estigma extremamente negativo para o eleitor brasileiro¹⁰. Assim, os ataques a Ciro Gomes na televisão pareciam apócrifos e, mesmo retirados do ar pela justiça eleitoral, contribuíram para a desconstrução da imagem do candidato do PPS. O rádio, por sua vez, também é um veículo que permite maior agressividade, embora ainda não tenha sido objeto de estudo direto e sistemático.

A candidatura de José Serra aparecia em terceiro lugar nas pesquisas de intenção de voto por volta do mês de julho. À sua frente estavam Lula, que manteve o favoritismo durante todo o período eleitoral, e Ciro, que se beneficiou da propaganda partidária gratuita do PPS, exibida em 13 de junho no rádio e na TV. Mesmo antes do início do horário reservado à propaganda eleitoral na televisão, veiculada de 20 de agosto até às vésperas da eleição, Serra assumiu uma postura ofensiva partindo para o ataque da candidatura de Ciro Gomes. A estratégia era, desde o princípio, desqualificar o adversário. Várias táticas foram empregadas ao longo da campanha, e os ataques aumentaram ainda mais quando Ciro passou a responder no mesmo tom de Serra.

Uma das táticas foi associar a imagem de Ciro à do ex-presidente Fernando Collor de Melo, personagem político malvisto pela população e, principalmente, pela imprensa. Em 11 de julho, O Globo on-line deu espaço para as acusações de Serra contra Ciro, que era comparado a Collor, citando ainda as declarações de Garotinho, que acusava Ciro de propor o confisco

da poupança, por meio do prolongamento da dívida pública. Às 12 horas e 24 minutos do mesmo dia, outro ataque eleitoral foi publicado; embora tivesse declarado que não comentaria as acusações, Ciro respondeu a Serra, chamando-o de desonesto e comparando-o, por sua vez, a Collor de Melo.

O embate virtual continuou alimentando as notícias, tanto nos jornais tradicionais quanto nas versões on-line. Todos os movimentos dos sites, especialmente suas reações à cobertura negativa da mídia, iam sendo acompanhados pelo noticiário. Em 16 de julho, O Globo publicou que Ciro comparava Serra a um nazista em seu site, e que Serra, por sua vez, chamava Ciro de “candidato do insulto”, comparando-o, uma vez mais, a Collor. Em 17 de julho, o *JB* publicou, na sua versão impressa, que a home page de Ciro estava retirando do ar o texto que comparava as táticas de Serra a métodos nazistas. O jornal também informava a publicação, no site de Serra, de um texto criticando o marketing de insulto de Ciro. No mesmo dia, O Globo publicou a seguinte manchete: “Site do PSDB diz que Ciro tem o DNA de Collor”. O conteúdo da reportagem trazia a descrição de uma entrevista de rádio em que Serra criticava Ciro.

Podemos inferir o efeito de amplificação que sua publicação na imprensa dava às acusações mútuas dos candidatos nos *sites*; se, antes, apenas uma minoria extremamente interessada teria a iniciativa de, espontaneamente, buscar os sites eleitorais dos candidatos na internet, é razoável supor a multiplicação de curiosos, uma vez que o conteúdo das páginas de campanha ganhava espaço na imprensa. Jornalistas, professores, estudantes, funcionários de

vários tipos de empresas públicas e privadas têm acesso à internet. Muitos destes já preferem acessar diretamente as notícias, atualizando-se sobre seus assuntos de interesse enquanto trabalham no computador. Outros acompanham apenas os casos mais chamativos, aqueles que deixam o espaço restrito do noticiário e passam a fazer parte da conversa na rua, das alusões nos programas não-jornalísticos e debates nas mesas-redondas e talk shows. Escândalos e alterações políticas tendem a se destacar para este tipo de usuário.

Mas os jornais também davam destaque a pautas mais substantivas, como em 23 de julho, uma das informações reportadas pelo O Globo era a de que Ciro tinha proposto em seu site a adoção do sistema parlamentar no Brasil. A abordagem da matéria criticava a posição do candidato, mas a presença dos temas levantados pelos candidatos na internet mostra a capacidade de amplificação por parte da mídia.

Em 25 de julho, no auge da escalada de Ciro nas pesquisas de intenção de voto, 13 pontos à frente de Serra, o *JB* publicou notícias de todos os quatro candidatos. Sobre Serra, fomos informados de que questionava o desempenho de Ciro no governo do Ceará, refutando a versão positiva publicada por seu oponente; outro trecho comentava o site de Lula, dizendo que ele propunha recursos criativos de campanha, tais como a impressão de cartazes e adesivos caseiros a partir de materiais da internet. O site de Ciro, por sua vez, acusava o PSDB de apoiar Collor, apesar de seu próprio partido, o PPS, continuar coligado ao ex-presidente em Alagoas. Neste momento, a imprensa

já tinha incorporado, de maneira geral, o estereótipo construído por Serra sobre Ciro Gomes, e passou a enquadrar as notícias de acordo com esta perspectiva. A hostilidade declarada com a qual Ciro Gomes respondeu aos ataques foi explorada por Serra, que passou a caracterizar seu oponente como um homem agressivo e violento, sem controle emocional suficiente para se tornar presidente de uma nação.

Algumas semanas depois, outro episódio de destaque na cobertura jornalística das eleições também foi iniciado no site de Serra, onde se originou a contestação de algumas afirmações de Ciro. Falando sobre educação, num debate televisivo em 6 de agosto, Ciro afirmara ter sempre estudado em escola pública. Serra descobriu e publicou que ele, na verdade, também tinha freqüentado escolas particulares no seu estado de origem, o Ceará. No mesmo debate, Ciro também disse que, quando havia sido ministro da Fazenda (durante o governo Itamar Franco), o salário mínimo era equivalente a 100 dólares; Serra, mais uma vez, o acusou de mentir, considerando que, com a taxa de câmbio vigente na época, o mínimo não valeria mais do que 82 dólares. Serra aproveitou os deslizes para marcar a imagem de Ciro como um candidato mentiroso, desonesto e falso.

Em 15 de agosto, O Globo on-line noticiou que o site de Serra tinha retirado um jingle contra Ciro. A notícia, entretanto, publicava toda a letra de “O Ciro mente demais”, uma paródia de “Você é doida demais”, melodia muito popular e reconhecível. O jingle foi disponibilizado por pouco mais que 24 horas, mas ganhou sobrevida com sua publicação pela imprensa. Outro texto de propaganda foi retirado neste mesmo

dia do site de Serra, e o fato foi uma vez mais reportado pela mídia: uma lista das supostas mentiras de Ciro, intitulada “Ciro disse, mas não é verdade”.

A campanha de Serra foi bem sucedida em mostrar seu oponente como um candidato mentiroso, um homem desequilibrado, violento e desonesto. Essas imagens foram basicamente originadas pelo site de Serra na internet e espalhadas daí para o resto da imprensa. Se acompanharmos a taxa de aparição de Ciro Gomes nos principais jornais brasileiros e a compararmos às pesquisas de opinião, é fácil perceber que ele se beneficiou, num primeiro momento, da propaganda de seu partido transmitida na televisão, o que garantiu a ele tanto o interesse do eleitor como cobertura da mídia. Então, com a visibilidade em alta, mas com a maior parte de notícias negativas, ele começou a cair, uma tendência que se tornou irreversível com o mau uso que fez de seu curto tempo de propaganda eleitoral gratuita na televisão, incluindo programas e inserções.

Não só os sites oficiais de candidatos foram parar nas páginas dos jornais. Uma das principais características da internet, sua permeabilidade a discursos plurais, foi muito claramente exemplificada pela proliferação de sites semi-oficiais e populares¹¹. Isso pôde beneficiar ou não candidaturas, dependendo da sua coesão relativa e base de sustentação. A desorganização da campanha de Ciro mostra-se claramente no exemplo do 12 de setembro, quando O Globo publicou uma extensa reportagem, ilustrada por fac-símiles do site do PPS, cujas manchetes “deturpavam”, segundo o jornal, a entrevista concedida por Ciro ao jornal um

dia antes – um convite que tinha sido estendido a todos os candidatos: o diário deu destaque a entrevistas exclusivas com cada um. A campanha oficial de Ciro Gomes na internet, por outro lado, reproduzia, integralmente, a entrevista e a versão publicada um dia antes em O Globo. O entrevistado do dia foi Garotinho, mas Ciro motivou uma nota que preferiria não ter ganhado: “Ciro mostra machismo em entrevista para O Globo”.

A agressividade a todo custo de Serra, no entanto, não passava incólume pela cobertura da mídia, o que contribuiu para reforçar a imagem de “dragão da maldade” atribuída por Ciro ao adversário. Em 29 de agosto, O Globo informava que o site de Serra o promovera a um empate técnico com Ciro no segundo lugar, o que não era compatível com os números de pesquisas de intenção de voto daquele momento, em que Ciro ainda aparecia em segundo lugar, e que o candidato do PSDB reivindicava o “direito de responder” às agressões de Ciro na televisão. Outra manchete era mais negativa: “Site de Serra mente”.

Mesmo antes do segundo turno, também Lula já estava sob os ataques das notícias de Serra na internet. O candidato dos trabalhadores fora poupado, até então, por causa de seu favoritismo evidente; na verdade, o maior embate era pelo segundo lugar, que significaria a possibilidade de enfrentar Lula – contando com seus fatores históricos de rejeição junto ao eleitorado brasileiro – num confronto de um para um. Ambos os candidatos almejavam construir uma posição moderada e centrada que funcionasse como uma alternativa ao temível radicalismo do Partido dos Trabalhadores. O próprio Lula, entretanto, tinha

mudado seu discurso na direção de um modelo mais liberal no que diz respeito à economia; o que vimos, no segundo turno, foi uma disputa mais personalista, na qual uma imagem política, construída genericamente, era mais persuasiva do que programas de economia.

No discurso de Serra e de parte da mídia, no entanto, Lula e a mudança ainda podiam ser associados a sustos econômicos. Em 21 de setembro, por exemplo, *O Globo* reproduziu uma nota publicada pelo site de Serra associando a “ameaça” da vitória de Lula ao aumento do dólar, dizendo que o “dólar tinha caído um pouco porque Lula tinha diminuído sua liderança”.

Mas Lula fez um grande esforço para se manter fora dos ataques, acima das disputas. Quanto à sua estratégia de campanha, chegou a ganhar na mídia o apelido de “Lulinha paz e amor”, pelo seu humor leve e baixa agressividade durante a disputa eleitoral. Seu site seguiu a mesma orientação, evitando ataques e disputas com outros candidatos. Desde então, quando comentado pela mídia, sempre trabalhou com uma visibilidade avaliada positivamente; os jornais reportavam esforços criativos de campanha, entrevistas com personalidades públicas e outras agendas para o candidato. Os ataques de Serra durante o segundo turno foram recebidos com uma atitude de superioridade, muito diferente das reações irritadas de Ciro. Estrategicamente determinado a evitar conflitos, Lula insistiu na construção da sua própria imagem e numa agenda positiva, e não alimentou a demanda da mídia por escândalos.

Ciro Gomes, por sua vez, mostrou uma estratégia de comunicação pobre e pouco profissional durante

todo o período. Sua dificuldade em lidar com a imprensa foi reconhecida pelo próprio candidato ao fim da disputa eleitoral. Ele era direto e tinha pouca paciência com jornalistas e eleitores. Ele fez brincadeiras que se projetaram além das suas expectativas. Um dos episódios emblemáticos, amplificados pela mídia e pela falta de habilidade do candidato para comunicação, aconteceu no fim de agosto, quando ele respondeu, com irritação, a um jornalista que o inquiriu sobre Patrícia Pillar e seu papel na campanha, uma vez que Ciro recebera críticas por superexpor a imagem de sua mulher como estratégia de marketing. Ciro, respondeu irritado que o seu papel na campanha era dormir com ele, e a declaração infeliz se fez tema de muitos comentários por parte de seus adversários e da imprensa, que deu voz aos protestos feministas. A falta de uma comunicação estratégica na campanha de Ciro contribuiu novamente para dar visibilidade ao assunto, uma vez que as desculpas e justificações do episódio, tanto nos espaços concedidos pela mídia como em seu programa eleitoral, estenderam muito mais do que o que era saudável para a campanha a discussão em torno do preconceito contra as mulheres, logo elas que, por acaso, emergiam nesta eleição como alvo preferencial de boa parte da propaganda eleitoral¹².

Garotinho, apesar da propalada falta de recursos, sendo um ex-locutor de rádio, um profissional da comunicação, fez um uso marginal, porém eficiente de estratégias de mídia. Embora seu principal recurso fosse a mídia tradicional, principalmente o rádio, seus programas de televisão foram bem avaliados pelos

espectadores e seu site foi eficiente no esforço de trazer o candidato para os debates principais. Sua habilidade em lançar factóides, explorando as características da nova mídia, pôde amplificar sua visibilidade como candidato. Em agosto, apesar da pequena taxa de intenções de voto que acumulava, ele foi o candidato citado mais vezes no JB on-line. No O Globo on-line, chegou em segundo no número de aparições, depois de Lula, além de acumular uma maioria de matérias positivas (66%).

Neste esforço para projetar-se na mídia com uma agenda favorável, a cobertura política on-line oferece uma estrutura de decisão mais flexível, na qual os atores políticos de menor expressão podem ser bem sucedidos em dar visibilidade a pequenos eventos de campanha e escândalos. O acompanhamento dos fatos em tempo real condiciona uma cobertura contínua, em que os leitores participam do desenrolar da reportagem, com a sugestão de pauta ou boato, a busca das variadas versões, as repercussões e conseqüências. Ao contrário dos leitores do jornal impresso, que recebem no dia seguinte o resultado final de um processo de agendamento, seleção, comparação, análise e edição, os internautas testemunham o vaivém da produção da notícia; se for escandalosa ou novelesca, com desmentidos e repercussões a cada momento, mais chances de mantê-lo ligado ao boletim eletrônico, o plantão do último segundo – todas categorias tão valorizadas no universo do tempo real.

Trata-se de marcas distintivas da mídia digital, que contribuíram para certas inovações de campanha, e para um uso mais ágil e agressivo da internet. Assim,

as versões on-line dos jornais publicaram notícias e ataques ignorados pela mídia tradicional, com suas limitações de espaço e controle editorial mais severo. Comparando ambas as versões, vemos muitos casos em que as notícias reverberam ataques dos candidatos de forma muito mais significativa nos jornais on-line do que na mídia tradicional.

Algumas manchetes publicadas na versão digital de *O Globo* ilustram essa tendência, tal como em 13 de setembro “Ciro continua a atacar Serra através da Internet” e “Ciro e Serra voltam a se atacar nos seus sites de Internet”, 12 de setembro “No seu site, Garotinho acusa o PT da crise em Bangu I” e “Site de Serra alimenta controvérsia sobre empregos com Lula”, 19 de setembro “Matérias do site de Giro tenta relacionar Serra com Jader Barbalho”. Em outra série de matérias publicadas on-line, Giro tentou explorar uma afirmação não confirmada pelo coordenador de campanha de Serra, José Aníbal, deputado do Estado de São Paulo, que teria feito piada depreciando os nordestinos. O PSDB, visto como um partido cuja força política situa-se principalmente em São Paulo, teria a perder com a divulgação do preconceito contra o nordeste, que poderia acarretar efeitos eleitorais negativos para a campanha nacional de Serra. Originada no site de Giro, a história acabou sendo publicada nas versões impressa e digital dos jornais, apesar de nunca ter sido confirmada.

Essa tendência pode ser atribuída a uma das principais características do jornalismo digital, que é a publicabilidade, que molda o nível e dinâmica de aparição de cada candidato¹³. O custo de publicar notícias na mídia digital sendo quase nulo, e

associado à necessidade de estar o mais atualizado possível, dá fluidez e um certo grau de fortitude ao volume de notícias publicadas nos jornais de internet que analisamos. Notícias são publicadas de acordo com o retorno jornalístico que elas conseguem garantir ao jornal, por explorarem um determinado evento de campanha. Um fato polêmico que rende significa mais (ou maiores) notícias em tempo real sobre ele. O típico procedimento jornalístico de checagem das fontes é equivalente, em notícias de tempo real, a mais notícias, publicadas independentemente e, normalmente, já informadas sobre as matérias prévias. Terceiros são ouvidos um de cada vez, e passam, na verdade, a reagir às notícias já publicadas. Isso reforça as idéias de repercussão e reverberação.

A exploração desta publicabilidade permite que os candidatos aumentem o tom dos ataques e das provocações, distanciando-se do mito brasileiro do marketing eleitoral cordial, caracterizado por campanhas menos agressivas. O sucesso relativo dessa estratégia pode ampliar a relevância pública do jornalismo digital, cujo acesso é ainda restrito, conquistando espaço na imprensa e mesmo em outros meios de comunicação como o rádio e a televisão.

Conclusão

A campanha presidencial de 2002 foi o primeiro evento eleitoral em que a internet ganhou espaço como uma mídia estrategicamente relevante. Ela se converteu em um instrumento de incremento de recursos de marketing político – ampliando o público-alvo e reduzindo custos de campanha – e,

ao mesmo tempo, permitindo que candidatos evitassem o confronto direto com a justiça eleitoral, outro importante elemento das disputas eleitorais mais rigorosa no acompanhamento de outras mídias, como o rádio e a televisão. Os sites dos candidatos publicaram paródias, jingles negativos e histórias difamatórias contra seus adversários, gerando alguns dos estereótipos e associações que transcorreram durante todo o período eleitoral.

O uso estratégico da publicabilidade pelos sites pessoais dos candidatos, com a inclusão e mesmo a criação de fatos noticiáveis, teve impacto direto na cobertura da disputa eleitoral pelos dois jornais online estudados. Eles responderam à demanda de cobertura em tempo real dos eventos de campanha, ampliando, assim, a campanha negativa movida pelos candidatos, sobretudo José Serra e Ciro Gomes, que se engajaram em uma verdadeira batalha pelo segundo lugar, que valeria a oportunidade de enfrentar Lula no segundo turno. As versões impressas de O Globo e Jornal do Brasil, por outro lado, apesar das limitações espaciais, também publicaram o conteúdo dos sites, como acusações e associações políticas negativas lançadas pelos candidatos.

O já tradicional horário eleitoral gratuito, objeto de muitos estudos, sem dúvida foi crucial nos resultados eleitorais. A propaganda dos candidatos na TV claramente influencia todas as campanhas, e sua relevância aparece tanto nas curvas das pesquisas de preferência de voto como em estudos qualitativos¹⁴. No entanto, um clima anterior de opinião¹⁵ é construído com a contribuição de formadores de opinião, militantes,

meios de informação, pesquisas de opinião e mesmo de programas de entretenimento como as telenovelas e talk shows. A internet exerceu também sua influência na disposição do eleitorado em escolher seu candidato. Ciro Gomes, por exemplo, pagou o preço da campanha contra sua candidatura que aconteceu, tanto por meio de spots no rádio e na TV, como em denúncias menos perceptíveis nos sites de seus adversários. O acompanhamento dinâmico dos ataques, sempre publicados e rapidamente retirados das páginas, amplificou pequenos eventos de campanha, aumentando a tensão para Ciro, sua equipe e militantes, que responderam às provocações, favorecendo a estratégia de José Serra.

A pluralização dos emissores, uma das características mais festejadas da internet, foi percebida na cobertura on-line, que se abriu para outros tipos de material informativo, de diferentes fontes, tais como outros sites, entrevistas de rádio, palestras e releases de candidatos e, excepcionalmente, eleitores. Esta recente visibilidade de novas fontes sem dúvida contribui para a idéia de que a rede é um meio mais democrático que os meios de massa tradicionais.

No caso particular das eleições presidenciais brasileiras de 2002, o contexto de competição permitiu que os candidatos tirassem proveito dessa abertura, para o benefício dos que tiveram estratégias de campanha mais profissionais. Por outro lado, essa publicabilidade tornou a disputa em si mais agressiva, promovendo ataques e reverberando matérias que, em outra época, nem sequer chegariam a público.

Observamos, assim, um novo grau de uso estratégico da internet para provocar notícias em tempo

real, que acabaram amplificadas pela mídia impressa, fortalecendo ataques que, de outro modo, não ganhariam espaço ou repercussão. Os meios de comunicação digitais, por outro lado, concederam amplo espaço para esses ataques, originados na própria internet. Isso porque os jornais eletrônicos precisam responder à demanda de uma cobertura jornalística dinâmica e têm menos restrições de espaço para publicação de notícias que eles consideram atraentes para seus leitores.

Notas

¹ Versões anteriores deste trabalho foram apresentadas na Mesa Redonda "Mídia e Política", VII BRASA, PUC-Rio, junho de 2004, e na ABCP, PUC-Rio, julho de 2004. Pesquisa baseada nos dados e na metodologia desenvolvida pelo Doxa (Laboratório de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública), grupo de pesquisa do IUPERJ coordenado pelo Professor Marcus Figueiredo. Para maiores informações, acesse <http://doxa.iuperj.br>

⁴ Ver, por exemplo, Eisenberg, José e Cepik, Marco (orgs.), *Internet e política, teoria e prática da democracia eletrônica*, Belo Horizonte, Editora UFMG, 2002.

⁵ Ver Aldé, Alessandra. *A construção da política: democracia, cidadania e meios de comunicação de massa*. Rio de Janeiro, Editora FGV, 2004.

⁶ Rubim, Antônio Albino C. "Visibilidades e estratégias nas eleições de 2002: política, mídia e cultura" e Aldé, Alessandra. "As eleições presidenciais de 2002 nos jornais", in: Rubim (org.), *Eleições presidenciais em 2002 no Brasil*, São Paulo: Hacker Editores, 2004.

⁷ Almeida, Jorge. "Serra e a mudança: um discurso fora do lugar da fala", in: Rubim, 2004.

⁸ Ver Faria, Patrícia. "Lula e Ciro em 2002: pela profissionalização das campanhas eleitorais", monografia de graduação em Comunicação Social, UERJ, 2003.

⁹ B. Berelson, P. Lazarsfeld and W. McPhee, *Voting: a study of opinion formation in a presidential campaign*. Chicago: University of Chicago Press, 1954.

¹⁰ Aldé, 2004, cap. 5.

¹¹ Para os próximos pleitos, a Justiça Eleitoral já prevê a fiscalização da propaganda eleitoral também nos sites oficiais dos candidatos, o que deve interferir na dinâmica da produção de notícias negativas.

¹² Palmeira, Sahada. "A gramática comercial do meio. Os spots da campanha de Cássio Taniguchi à Prefeitura de Curitiba, 1996". Orientador: Afonso de Albuquerque. Dissertação (mestrado) - UFF.

¹³ Muitos outros sites, a favor e contra candidatos, foram publicados, e muitos deles foram citados pelos jornais, tanto em nível federal como estadual.

¹⁴ Ver Dumans, Manuela. "A política das donas-de-casa: a campanha de Roseana em 2002". Revista Contemporânea online, UERJ, 2004.

¹⁵ Borges, Juliano. "Jornalismo na Internet e as eleições presidenciais de 2002", artigo não publicado, IUPERJ, 2004.

¹⁶ Figueiredo, Marcus e Aldé, Alessandra. "Intenção de Voto e Propaganda Política: Efeitos e gramáticas da propaganda eleitoral". Comunicação apresentada na XXVII ANPOCS, Caxambu (MG), Outubro, 2003.

¹⁷ Noelle-Neuman, Elizabeth. "Pesquisa eleitoral e clima de opinião", *Opinião Pública*, CESOP/Unicamp, Ano I, vol. 1, n. 1, 1993.

***Alessandra Aldé** é doutora em Ciência Política, professora do Departamento de Teoria da Comunicação/ Faculdade de Comunicação Social (UERJ), pesquisadora associada do Doxa.

****Juliano Borges** é doutorando em Ciência Política, IUPERJ.

A juventude como valor contemporâneo: Forever young

Ieda Tucherman*

RESUMO

O texto propõe uma reflexão crítica sobre o exacerbado valor da juventude na cultura contemporânea o que se complementa com uma interdição ao envelhecimento e uma imaginária erradicação da morte. Selecionamos dois anteriores momentos na história onde a juventude foi valorizada, a Grécia Arcaica e a Contracultura e buscamos mostrar uma certa continuidade entre este movimento dos anos 60 e a nossa atualidade, que associa ao ideal de juventude a técnica como interventora e a lógica da artificialização da vida.

Palavras-chave: contemporânea, juventude, mídia, artificialização.

ABSTRACT

Forever Young the text considers a critical reflection on the improved value of youth in the culture contemporary that is complemented with an interdiction to the aging and an imaginary eradication of the death. We select two previous moments in history where youth was valued, Archaic Greece and the Contraculture movement and we search to show a certain continuity enters this movement of the 60's and our present time, that associates with the ideal of youth the technique as interventor and the logic of the artificialization of the life.

Keywords: contemporary, youth, media, artificialization

RESUMEN

El texto propone una reflexión crítica sobre el valor de que fue investida la juventud en la cultura de la nuestra actualidad así que la interdicción de la fatalidad de la muerte. Seleccionamos dos momentos anteriores en la historia en los cuales la juventud recibió una atención primordial: la Grecia Arcaica y la Contracultura (los años 60) y intentamos mostrar una cierta continuidad entre estos movimientos de los 60 y nuestra actualidad, que asocia a la juventud el entusiasmo con el desarrollo tecnológico y la artificialization de la vida.

Palabras clave: actualidad, juventud, media, artificialización

Apresentação e genealogia:

O objetivo desta comunicação é provocar, no sentido etimológico de invocar para, uma reflexão crítica da nossa atualidade a partir deste sintoma¹: a exacerbada valorização da juventude que tem como conseqüências inúmeros investimentos “tecnocientíficos”, objetivando uma interdição do envelhecimento e, pelo menos imaginariamente, a erradicação ou o afastamento da morte.

Por vício da admiração pelo ensaio e sob a influência dos textos de Michel Foucault, uma pequena genealogia sempre se faz interessante, uma vez que esta tem a característica de “conjurar as solenidades da origem” e, por derivação, “desnaturalizar o presente”. Ao mesmo tempo, e no mesmo movimento, a genealogia mostra-nos que certas experiências têm sua primeira expressão num tempo longínquo, a qual tendemos a desprezar.

Sendo assim, escolhemos na história dois momentos onde o pensamento “inventou” a figura da juventude, atribuindo a ela um conjunto de valores. Momentos distantes no tempo que a questão a ser proposta permite-nos aproximar.

A bela morte

O primeiro momento aponta para a nossa origem mais remota, a Grécia, berço do que ficou conhecido como Ocidente, um continente cultural e um modo particular de civilização. No belíssimo texto do helenista Jean-Pierre Vernant, que tem o título de *A bela morte ou o cadáver ultrajado*², fala-nos desta relação e de sua conseqüência, que já aparece na epígrafe: “*Ele morre jovem, aquele a quem os deuses amam.*”

(Ménandre).⁵ Na *Iliada*, tanto Heitor quanto Aquiles são colocados diante da mesma escolha: ou a glória imperecível do guerreiro, mas a vida breve; ou uma longa vida em seu lar (*chez-soi*), mas a ausência de toda glória. Heitor o expressa:

*“Não, eu não compreendo morrer sem luta nem sem glória, nem sem qualquer alto feito cuja narrativa chegue aos homens no futuro.”*⁶

A razão desta exploração heróica, comentada por Vernant, mas também identificada por outros helenistas consagrados como Pierre Vidal-Nacquet, Paul Veyne e Dodds, não tem relação com cálculos ou qualquer caráter utilitário, nem mesmo com nenhum desejo de prestígio social: ela é de natureza transcendental, ou seja, tem a ver com a condição humana que os deuses fizeram não apenas aos mortais, mas submetidos, como toda criatura aqui de baixo, depois do apogeu da juventude, ao declínio das forças e à decrepitude da idade. Portanto, este heroísmo se enraíza na vontade de escapar ao envelhecimento e à morte, ainda que ambos sejam inevitáveis: ultrapassasse a morte acolhendo-a em lugar de sofrê-la.

Vernant esclarece-nos, lembrando que, numa cultura como a da Grécia arcaica, onde cada um existe em função do outro e de seu olhar, a verdadeira morte é o silêncio, o esquecimento, a obscura indignidade, a ausência de reputação.

“Existir, ao contrário, é – estejamos mortos ou vivos – encontrar-se reconhecido, estimado, honrado; é sobretudo ser glorificado : ser objeto de uma palavra de louvor, de uma narrativa que re-

late, sob a forma de um gesto sem cessar retomado e repetido, um destino admirado por todos. Neste sentido, pela glória que ele soube adquirir devotando sua vida ao combate, o herói inscreve na memória coletiva do grupo sua realidade de sujeito individual, exprimindo-se numa biografia que a morte, porque se realiza, torna inalterável”.⁷

Ora direis, mas o que é que isto tem a ver com a idéia de juventude na atualidade? Por que este recuo tão extenso? Em quê, exatamente, ele colabora para a nossa atual reflexão?

Tentarei responder de maneira convincente ainda que muito sintética: o contrário significaria longas páginas e muitos minutos. Atendo-me, portanto, ao mais conveniente, começo por considerar que os gregos praticavam um tipo de moral assimétrica e livre, centrada no louvor e na crítica, normativa e singular e não, como acontecerá posteriormente, prescritiva e coletiva.⁸ Isto significa que os indivíduos aderiam a ela voluntariamente e segundo sua capacidade. A medida, se assim podemos chamá-la, era a política, como forma de relação com a polis: para poder governar é preciso primeiro governar as paixões, o que significa não negá-las, mas expor-se a elas, experimentá-las, numa tensão constante onde a *hybris* (excesso, desmesura) não deve conseguir nos derrotar. Em contraste, organizando-se sob outra lógica, o mundo judaico-cristão, prega uma moral simétrica e não livre, normativa e prescritiva, baseada na culpa, no pecado e na expiação.

Portanto, quando Foucault elabora a sua estética da existência e formula a pergunta (nos anos 80) “Por

que um abat-jour e uma casa podem ser uma obra de arte e uma vida não?”⁹, ele aceita o convite nietzschiano e vai buscar na Grécia um momento de fundação disto que foi, como nos descreve ele, uma estética, uma erótica e uma dietética cuja assimetria e intensidade teriam sido abafadas nos enunciados. *“Todos são iguais diante de Deus”* ou do *“Somos todos irmãos neste Vale de Lágrimas”*.¹⁰

A estética da existência

O que tinha levado Foucault a elaborar esta estética da existência, ele mesmo o explica de maneira inequívoca no lindo prefácio de *O uso dos prazeres*, foi o pensar a subjetividade como uma linha do diagrama que é atravessado pelas relações de saber-poder que até então era seu foco quase absoluto; integrando a linha da subjetividade neste diagrama, ele percebe que ela atua fazendo dobras “plis”, produzindo novas formas de existência possíveis na atualidade, que é de onde qualquer pensador se debruça e para onde dirige suas respostas.

Assim, mostrando o que havia antes e atrás da experiência cristã, ele desnaturaliza os argumentos da simetria, uma de suas importantes críticas ao marxismo, e faz emergir, como probabilidade conceitual, novas formas na história como no presente.

Parece ser conseqüente propor uma estreita relação entre os efeitos do acontecimento de maio de 1968¹¹, entendendo esse acontecimento como o que esgarça o tecido da história, empurrando-a para suas margens, interrompendo seu fluxo de repetições e as indagações as quais Foucault se dedicou, que resultaram na sua consulta aos gregos e na elaboração

da sua estética da existência. Foi certamente então que ganharam visibilidade os “novos sujeitos da história”: estudantes, operários, prisioneiros, mulheres, gays, jovens com outros discursos e projetos, cuja compreensão demandava uma urgente atenção.

Em outro texto da mesma época, *What is enlightenment?*¹², na versão do curso sobre *O que é o iluminismo?*, que ministrou nos Estados Unidos nos anos 80¹³, Foucault menciona, além dos gregos, aos quais se dedicará depois, dois outros momentos exemplares em que encontra este movimento de “construir-se como uma obra de arte”: o primeiro concerne ao Nascimento do indivíduo no Renascimento Italiano, de Jacob Bruckhard e o outro ao Baudelaire de Paris: capital do século XIX, de Walter Benjamin.

Neste último exemplo, dois traços ficam absolutamente evidentes: não apenas um retorno da dissimetria singular como padrão, já que o dandy (personagem aí destacado) só pode ser a figura de uma ínfima minoria, como o princípio de artificialização da natureza: o dandy é um flâneur que se mistura com a multidão e não se confunde com ela, é o artista que busca “a eternidade na efemeridade” e é alguém que “vive e dorme como se estivesse diante de um espelho”. A vida como obra de arte, assim como a própria obra, é feita mais de reflexão, exercício, ironia e contenção do que de inspiração e catarse.

Voltaremos a isto, mas apenas para não perdermos a ocasião de apontar, não haverá um caráter de absoluta “artificialização” no conjunto dos nossos atuais valores estéticos? A magreza, juventude, corpos trabalhados de músculos definidos, não são absolutamente

vinculados a esta intervenção “artificializante”? Não vivemos em um momento de extrema dedicação a uma estética que é também uma erótica e uma dietética? ¹⁴

Sabemos que a história só se repete como farsa, tal como nos ensinaram Nietzsche e Benjamin; por este mesmo motivo, nossa aposta é que nesta vigília que se impõe e considerando a “artificialização” necessária, participam das duas experiências: a da Grécia arcaica e a da nossa atualidade.

Onde somos radicalmente outros é no uso que fazemos das biotecnologias e das exteriorizações: cirurgias plásticas, medicina ortomolecular, reposições hormonais, complementos nutritivos, liftings químicos ou a laser, botox, lipoescultura, e outros tais que parecem fazer uma hibridação da nossa subjetividade estetizante e o universo das técnicas disponíveis.

Ah! Nossos modelos certamente não serão os heróis mitológicos nem a eternidade da sua fama; talvez sejam os artistas e sobretudo os manequins (os novos corpos belos) com a “eternidade de sua efêmera perfeição”. De outra forma, também os atletas ocupam este espaço “olímpico”: produzem as performances mais surpreendentes. Mas apenas uma enorme inocência seria capaz de desconhecer o quanto o esporte é um laboratório, além de ser o espetáculo da presença dos corpos escolhidos, treinados e “inventados”.

Há ainda um segundo argumento que justifica este nosso retorno à Grécia: trata-se da relação com a morte. Vimos que para os gregos a estetização consistia em, já que a morte seria comum a todos e os conduziria ao anonimato e ao esquecimento, escolhê-la e não sofrê-la, alterando, dessa forma, a natureza da sua presença.

No caso de nós mesmos, ou seja, da nossa atualidade, o que parece se desvelar é um pacto imaginário com o afastamento da morte e/ou sua erradicação. Até porque tudo se passa, e não é pouco, assim: *“Tudo indica que fizemos um longo percurso da Grécia mãe e de seus mitos encantadores até nossos sofisticadíssimos laboratórios de genética, informática e biomecânica. Que talvez possa¹⁵ ser expresso com a passagem de um Decifra-me ou te devoro a um Cria-me porque tecnicamente és Deus.”*

A “artificialização” é hoje a presença da técnica e suas múltiplas misturas em nossas vidas. Mas é também, como menciona Jean-Jacques Courtine¹⁶, um “puritanismo ostentatório” nesta cultura do corpo, condição *sine qua non* para a premissa desta juventude como paradigma não apenas estético, mas também morfológico e ético.

Afinal, ser aparentemente jovem quando se é mesmo jovem é, digamos assim, natural. O desafio e a promessa são a de ser aparentemente jovem, quando não mais o seríamos se deixássemos a natureza seguir o seu curso. Aliás, o que se promove é mais do que a aparência jovem: são os atributos da juventude que se deseja eternizar.

Os anos 60: a contracultura

O segundo momento do nosso recuo em busca da fonte imaginária do valor da juventude, dando um imenso salto na história da Grécia, nos conduz até este nosso mais imediato passado, que não mais nos define, mas do qual ainda portamos certas características que contrastam com as nossas tendências. Falamos do período que representou, em certa medida, o clímax e

a crise da Modernidade, os anos 60, onde vemos surgir tanto a contracultura quanto os “novos sujeitos da história”, assim nomeados por Foucault e aos quais já nos referimos neste texto.

Entre estes, identificados por ele como prisioneiros, loucos, gays, entre outros, aparecem também estudantes e, num sentido mais aberto, jovens, inaugurando o que alguns nomearam como uma crise geracional que instaurava uma distância de mundos entre o universo dos pais e dos filhos, dos professores e dos alunos.

Se há um momento em que a civilização viveu um evento jovem, os anos 60 foram a sua estréia: de um lado, acontecimentos como os de maio de 68, em Paris, que começou com uma revolta estudantil e abalou a estrutura do governo do general De Gaulle, de outro, o boom do rock and roll, associando ao som explosivo um conjunto de novas visibilidades (corpos em movimento, erotizados e frenéticos, vestidos de forma desidentificada com qualquer origem de classe, ligados ao princípio do espetáculo, inventando festas-shows como Woodstock, além das comunidades hippies como novas formas de sociabilidade¹⁷, princípios diferentes de alimentação e mergulhando no uso das drogas).

Neste conjunto, um sintoma sobressai, expresso pela nova tradução que a palavra “freak” vai adquirir. Assim, se anteriormente *freak* designava uma pessoa que portasse malformações ou deformações, nos anos 60, toda a contracultura começa a reconhecer-se como freak. Eis a nova definição:

“Freaks (...) são membros visíveis de subculturas jovens de classe média, o que inclui uma realidade subcultural em perfeita

descontinuidade com a realidade convencional. Freaks são contra-ambientes que asseveram o direito ao total controle sobre sua aparência física ou comportamento externo a total irrelevância da cultura e da norma informais daqueles que operam dentro da realidade convencional... (...) Freak designa um tipo que abarca o hippie (1965) e novas subculturas de esquerda (1967)..”¹⁸

Retirando o peso erudito da definição, o que verificamos é uma total mudança na aplicação do termo freak, que agora designa toda a forma de ser contrário ao establishment. De onde decorre a expressão, constante no cinema, nas histórias em quadrinhos e na música jovem, *freak out!*, que podemos traduzir por “pirar” ou “viajar” numa alusão evidente às drogas, sexo e violência (e/ou intensidade).

Este genérico “devir freak”, como este investimento corporal da contracultura, aparentemente e talvez originariamente tão investido de subjetivação, corresponderá a uma conseqüente e ardilosa resposta do capital e do establishment: corpos jovens são rentáveis e vendáveis e a reapropriação destes trazia duas excepcionais vantagens, já que, incorporando-os como produtos, anula-se a crítica que eles representaram, e, de outro lado, redimensionava-se a juventude como categoria e como público para o consumo.

Como disse mais tarde Cazusa:

“Nossos heróis morreram de overdose”.

“Nossos inimigos estão no poder”.

Cazusa, Ideologia

Forever Young

Nossa atualidade de terceiro milênio alinhou-se a esta forma de consumo “como se pegasse carona numa cauda de cometa”. Se examinarmos as revistas informativas de maior circulação no país, *Veja*, *Isto é*, *Época*, e não estamos falando das chamadas “revistas femininas” ou de moda, é impressionante, nos chamados *Cadernos Comportamento*, a frequência de matérias vinculadas direta ou indiretamente à questão da juventude ou à resistência ao envelhecimento.

Escolhemos, muito aleatoriamente, um destes publicado na revista *Isto é* de 18 de agosto de 2004, que, associando ao título do livro *Os tempos hipermodernos* de Gilles Lipovteski, a ser lançado naquela semana em São Paulo, publica numa “janela” da matéria o seguinte texto com o título de *Hipervaidade*:

“Na sociedade hipermoderna a aparência é cada vez mais valorizada. Não basta ser competente, é preciso ter um rosto pouco marcado pelo tempo. Por isso a cada dia a indústria farmacêutica lança no mercado produtos que rejuvenescem a curto prazo. Os tops de linha são os cosmocêuticos: remédios que agem nas camadas profundas da pele e têm efeitos cientificamente comprovados (o que nem sempre acontece com os cosméticos) no combate a rugas e manchas. Além desses produtos vendidos em farmácias, há os procedimentos realizados por dermatologistas, como o famoso Botox (toxina botulínica) e medicamentos que preenchem rugas

profundas. “Há ainda os tratamentos a laser que rejuvenescem a pele em poucas horas, sem deixar cicatriz”, diz a dermatologista Mônica Aribi Fiszbaum de São Paulo. Os preços variam. Mas sem dúvida não cabem num bolso que não seja também hipermoderno”.

A revista *Veja* não fica atrás. Era tão certo que lá acharíamos o material ilustrativo que nem nos preocupamos em fazer uma consulta on-line, cruzando palavras-chave e esperando o resultado. Bastou abrir o último número, de 1 de setembro de 2004 (entregue aos assinantes dia 28 de agosto) e encontrar dois pequenos tesouros. Na seção Beleza, uma matéria intitulada: *Espeta, amassa...*, tinha o seguinte (e delicioso) parágrafo:

“Se, por acaso, você cruzar com alguma bonitona com hematomazinhos espalhados pelas coxas e barriga esteja certo, foi a Maria Amélia que fez. As marcas roxas são resultado de sua técnica mais elaborada: a intradermoterapia, que consiste na aplicação de injeções de polifenóis de alcachofra, substituto natural o proibido Lipostabil, na região intramuscular músculo salta e forma a barriga tanquinho.” “Modelo nenhuma faz ginástica. Sou eu que faço o shape, tudo na hand.” diz. “Não tem modelo, não tem atriz, não tem famoso que tenha corpo maravilhoso do nada. Dizer que só corre na praia e toma muita água é balela. A maioria toma injeção no abdômen.”

A segunda matéria, do Caderno Comportamento, assinada por Ariel Kostman, é ainda mais ilustrativa.

O título é Creme, depilação e perfume, e o lead é Para conquistar as meninas, garotos adolescentes incorporam os rituais de beleza femininos. Aí encontramos uma “janela” deliciosa: Antes de ficar careca e é impossível resistir a transcrever um pedaço:

“ Pais calvos, filhos sob ameaça. Adolescentes que vivem com esta espada da hereditariedade sobre a cabeça sabiam que , mais cedo ou mais tarde, a cabeleira se esvairia no travesseiro e no chuveiro. Pelo menos foi assim até recentemente. Hoje, muitos deles se rebelaram contra o destino e estão apelando para o único tratamento até agora que resolve, ainda que com resultados discutíveis: o transplante capilar. Ao primeiro sinal de entradas , ou rareamento no cocuruto, meninos de 15, 16 anos, começam a submeter-se ao processo (...)”.

Esta será, certamente, uma das tarefas da genética: decifrar o gene que provoca a calvície e correr para modificá-lo.

Nestes enunciados aparentemente banais que apresentamos, vemos segmentos do que parece ser uma tarefa de civilização: descolar a aparência da idade cronológica. Mas há o outro e complementar movimento: a difusão de um conjunto de hábitos a serem adquiridos, tais como exercício físico regular, alimentação controlada e comedida, e outros correlatos que fizeram Michel Serres, numa entrevista a Bruno Latour¹⁹, dizer que, quando começou a estudar, aprendeu que os homens eram mamíferos e carnívoros; como poderia um carnívoro evitar o consumo da carne e encontrar seu amor pela salada como se fosse de outra espécie? Teríamos mudado de espécie ou estaríamos querendo fazê-lo?

O que vemos nestes dois movimentos, ainda de natureza “simples”, é um projeto novo na civilização ocidental: a artificialização da vida ou, sendo mais rigorosos, o esboroamento das fronteiras entre natural e artificial, que se dá tanto na cosmética quanto, e aí vamos para um campo mais complexo, no conjunto vida, tal como a vemos agora. Próteses injetáveis e conectáveis, hormônios sintéticos, suplementos vitamínicos, cirurgias de rejuvenescimento – mas também transplantes de órgãos e associações inimagináveis de carne e metal – tratamentos ortomoleculares e tantos outros que nos permitem inverter o bordão capitalista: no lugar de “tempo é dinheiro”, “dinheiro compra tempo”.

Ainda nos defrontamos com outro sub-reptício e subliminar resultado da associação das biotecnologias com as tecnologias de informação que possibilitaram o florescimento da engenharia genética com as promessas concretas e imaginárias que ela engendrou: decifrar o genoma, a *“linguagem com que Deus criou a vida”*, fala da erradicação da morte, da possível intervenção nos genes que nos fazem sofrer, adoecer, envelhecer e morrer. Inventa um novo paradigma, onde o mais importante parece ser a antecipação do futuro sobre o presente. Não mais *“a bela morte ou o cadáver ultrajado”*, mas a não-morte e uma vida preservada.

Parece que ganhamos o direito, e mesmo a obrigação, de não aceitar o corpo que temos e escolher (com limites, é claro) que corpo gostaríamos de ter. Os implantes de silicone aumentando peitos e nádegas são uma das manifestações desta necessidade de “mudar a natureza”. E, se antes já se realizavam algumas cirurgias plásticas, estas eram feitas no sigilo, na calada da noite, quase nunca

assumidas. Hoje, ao contrário, são espécies de símbolo de status econômico e cultural, já que o corpo contemporâneo não é mais “*objeto de desejo, mas de design*”.²⁰

Este corpo design tem por qualidades desejáveis, além de uma aparência especial, força, agilidade, velocidade, capacidade de performance, plasticidade e leveza. Traduzindo: juventude. Como se tivéssemos a certeza de acharmos hoje nos laboratórios o cálice do Santo Graal ou a fonte alquímica da Eterna Juventude.

“Le vrai est ce qu’il peut. Le faux est ce qu’il veut.

Madame de Duras

Notas

¹ Empregamos a idéia de sintoma no sentido em que Nietzsche dizia que todo filósofo seria um semiólogo e um médico, interpretando os sintomas de uma civilização.

² Parece-nos lógico considerar que as biotecnologias, especialmente a Engenharia Genética, apontam para este horizonte; decifrando “a linguagem com que Deus criou a vida”, tal como os diretores do Projeto Genoma apresentaram seus primeiros resultados, seríamos redimidos pela ciência dos castigos do pecado original, principalmente o de existirmos no tempo, ou seja, o de sermos-para-a-morte, conforme o enunciado heideggeriano.

³ Vale lembrar que o Oriente para a Grécia era a Ásia Menor e talvez possamos ler a *Iliada* como o poema que inventa esta luta /diferença entre Oriente e Ocidente.

⁴ Vernant, Jean-Pierre, ‘La belle mort ou le cadaver outragé’, In: *L’individu, la mort, l’histoire, : soi-même et l’autre en Grèce Ancienne*, Paris, Gallimard, 1989

⁵ Vernant, opus cit. p.5

⁶ Vernant, opus cit, p.7

⁷ Vernant, opus cit., p.53.

⁸ O helenista que primeiro destacou esta questão foi Dodds em *Os gregos e o irracional*; este foi, no entanto, um dos pontos de partida de Michel Foucault para a elaboração dos volumes II e III da *História da sexualidade*, a saber, *O uso dos prazeres* e *O cuidado de si*, e o próprio Foucault o menciona num dos pés de página de *O uso dos prazeres*.

⁹ Foucault, Michel, Une esthétique de l’existence, In: *Dits et écrits*, vol. IV, p.732.

¹⁰ Lembremos as ácidas críticas de Nietzsche à moral do rebanho, que é certamente partilhada por Foucault. Na análise que este faz da figura do pastor no universo grego e depois no mundo cristão e finalmente no Estado Moderno in *Omnes et Singulatim*, In: *Dits et écrits*, vol.V, p.134-161

¹¹ Assim conceituado por Deleuze, Gilles. *Controle e devir*, capítulo *Político de Conversações*, Rio de Janeiro, Ed. 34, 1992.

¹² Foucault, in *Dits et écrits*, vol. IV, p. 562.

¹³ Foucault também deu um curso *Qu'est-ce que les Lumières?* no Collège de France. Ambos têm como ponto de partida, uma entrevista dada por Kant, mas os cursos não são idênticos. A versão americana leva mais longe a questão da estética da existência.

¹⁴ A confusão entre estes pontos parece provocar surpresas e comentários divertidos: um psicanalista amigo contou, rindo, que hoje uma sobremesa provoca mais "culpa" e reprimenda do que qualquer adultério.

¹⁵ Tucherman, Ieda, *Breve história do corpo e de seus monstros*, Lisboa, Veja, 1999, p.193

¹⁶ Courtine, Jean-Jacques, *Os Stakanovistas do narcisismo: body-building e puritanismo ostentatório na cultura americana do corpo*, in *Políticas do corpo*, org. Denise Bernuzzi de Sant'Anna, São Paulo, Estação Liberdade, 1995

¹⁷ Vale lembrar a entrada em cena da pilula anticoncepcional, que liberou a sexualidade da reprodução e do contrato de casamento.

¹⁸ Foss, *Freak culture* in Fiedler, *Freaks: myths and images of secret self*. New York, Anchet, 1993.

¹⁹ Serres, Michel, *Éclaircissements*. Interview à Bruno Latour, Paris, Flammarion, 1992.

²⁰ Esta expressão é utilizada pelo artista australiano Stelarc, in *Arte e sociedade no século XXI*, org. Diana Domingues, São Paulo: Ed.Unesp. p.55.

Referências bibliográficas

COURTINE, Jean-Jacques. "Os Stakanovistas do narcisismo: body-building e puritanismo ostentatório na cultura americana do corpo". In: *Políticas do corpo*. Org. Denise Bernuzzi de Sant'Anna, São Paulo: Estação Liberdade, 1995.

DELEUZE, Gilles. *Conversações*. Rio de Janeiro: Ed.34, 1992.

FIEDLER, L. *Freaks, myths and images of secret self*. New York: Anchet, 1993.

FOUCAULT, Michel. "Nietzsche, a genealogia e a história". In: *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Ed. Graal, 1979, p.15.

_____. "O uso dos prazeres". In: *História da sexualidade*. vol.II, Rio de Janeiro: Graal, 1984.

_____. "O cuidado de si". In: *História da sexualidade*. vol. III, Rio de Janeiro: Graal, 1984.

_____. Omnes et Singulatim. In: *Dits et écrits*. Vol. IV, Paris: Gallimard, 1984, p.134.

_____. What is enlightnment? In: *Dits et écrits*. vol.IV, Paris: Gallimard, 1984, p. 562.

_____. Une esthétique de l'existence. In: *Dits et écrit*. vol IV, Paris: Gallimard, p.732.

GIL, José. *Metamorfoses do corpo*. Lisboa: A Regra do Jogo Edições, 1980.

SERRES, Michel. *Éclaircissements*. Interviews à Bruno Latour, Paris: Flammarion, 1992.

STELARC, G. "Das estratégias psicológicas às ciberestratégias: a protética, a robótica e a existência remota." In: *A arte no século XXI, a humanização das tecnologias*. Org. Diana Domingues, São Paulo: Ed. Unesp, 1997.

Tucherman, Ieda. *Breve história do corpo e de seus monstros*. Lisboa: Ed. Veja, 1999.

_____. "Novas subjetividades: conexões intempestivas". In: *Revista de Comunicação e Linguagens, A cultura das redes*. Org, José Bragança de Miranda, Lisboa: Relógio d'Água, 2002.

VERNANT, Jean-Pierre. *La belle mort ou le cadavre outragé*. In: *L'individu, la mort et l'histoire: soi-même et l'autre en Grèce Ancienne*. Paris: Gallimard, 1989.

Revistas:

Revista Isto é, número 1819, 18 de agosto de 2004, São Paulo, Ed. Três

Revista Veja, ano 37, número 35, 1 de setembro de 2004, São Paulo, Ed. Abril.

* **Ieda Tucherman** é doutora em comunicação com pós-doutorado no IRCAM, Centro Georges Pompidou, Paris e Professora do Programa de Pós-graduação da Escola de Comunicação da UFRJ.

Subjetividade e alteridade: os pentecostais negros no Brasil e nos Estados Unidos

Marcia Contins*

RESUMO

O objetivo deste artigo é explorar as dimensões étnica e religiosa expressas nos discursos dos pentecostais negros no Brasil e nos Estados Unidos, focalizando determinadas situações e experiências sociais. Visa, assim, a comparar as formas pelas quais cada um desses grupos articula, a partir do código religioso, a experiência da auto-identificação enquanto pentecostais e enquanto negros fundada no eixo de seus posicionamentos em relação àqueles concebidos como seus “outros”: os batistas no contexto norte americano; e as religiões afro-brasileiras no contexto brasileiro.

Palavras-chave: religião e etnicidade; populações afro-brasileiras; pentecostalismo e umbanda

ABSTRACT

The purpose of this paper is to explore ethnic and religious dimensions in the discourse of Black Pentecostals in Brazil and Unites States, focusing on specific social situations and experiences. Its aim is to compare the forms by which these groups, based on a religious code, articulate their self identifications as Pentecostals and as blacks as opposed to those people they conceive as their “others”: the Baptists in the American context; and the Afro-Brazilian religions members in the Brazilian context.

Keywords: religion and ethnicity; afro-brazilian religions; pentecostalism and umbanda.

RESUMEN

El objeto de este artículo es explorar las dimensiones étnicas y religiosas del discurso de los pentecostales negros en Brasil y en los Estados Unidos, mirando situaciones y experiencias sociales específicas. Su propósito es comparar las formas por las que esos grupos, basados en un código religioso, articulan sus auto-identificaciones como pentecostales y como negros y opuestos a aquellos a quien reconocen como “otros”: sean los Batistas en Norte América; sean los miembros de las religiones afro-brasileñas en el contexto de Brasil.

Palabras clave: religión y etnicidad religiones; religiones afro-brasileñas; pentecoslismo y umbanda.

Neste texto elaboro algumas considerações a partir do trabalho de campo que realizei no estado da Virgínia, Estados Unidos, junto a um grupo de negros pentecostais auto-identificados como Bible Way (Caminho da Bíblia) e com negros e brancos pentecostais no Rio de Janeiro que resultou na minha tese de doutorado (Contins 1995). No caso brasileiro, as denominações pentecostais selecionadas foram: Igreja de Nova Vida, Assembléia de Deus e Igreja Metodista Renovada, situadas na cidade do Rio de Janeiro.

Nesta pesquisa, comparei os modos como são percebidos esses cultos no Brasil e nos Estados Unidos, focalizando situações e experiências sociais e religiosas que servirão como ponto de partida para refletir sobre a questão das relações entre brancos e negros no Brasil e nos Estados Unidos. Explorei a dimensão étnica e religiosa expressa no discurso dos pentecostais através dos testemunhos dos fiéis, dos sermões de seus pastores e de entrevistas que realizei a respeito das conversões ao pentecostalismo com pastores e membros das igrejas pesquisadas, tanto no Brasil quanto nos Estados Unidos.

Num trabalho anterior, intitulado *Narrativas Pentecostais: estudo antropológico de grupos negros nos Estados Unidos* (Contins 1993), desenvolvo a análise do caso americano, tomando um grupo de negros Bible Way que se afirmam enquanto negros e pentecostais. Estas identidades estão sempre sendo afirmadas “dialogicamente” pelas diferenças que estabelecem entre eles próprios e os vários cultos religiosos que são considerados seus opositores em potencial (como os Batistas, no caso dos Bible Ways); e pelas diferenças étnicas e raciais (no caso entre brancos e negros). No entanto,

ao se diferenciarem étnica e religiosamente dos outros grupos, os pentecostais criam uma identidade que é permanentemente ameaçada por esse outro do qual desejam se diferenciar. É principalmente durante o processo de conversão que essas diferenças vão surgir.

No caso do Brasil, é quase impossível a delimitação de uma religião como pertencente a um só grupo étnico ou racial. No entanto, no caso dos grupos pentecostais no Rio de Janeiro, com os quais tive contato, existe uma forte concentração de negros e mulatos freqüentando esses cultos, como pastores ou como fiéis. As religiões que se opõem aos pentecostais, no caso do Brasil, estão principalmente entre as chamadas “Religiões Afro-brasileiras” e muitos dos pastores e fiéis negros dessas igrejas pentecostais pertenceram originalmente às religiões afro-brasileiras (Contins 2002). Assim, mesmo que não existam predominantemente cultos somente de negros ou só de brancos, a questão da cor ligada à religião continua sendo relevante. A criação de uma identidade de pentecostal e de negro também está presente no contexto das igrejas no Rio de Janeiro. Essas identidades estão sempre sendo afirmadas “dialogicamente” pelas diferenças em relação às outras religiões, e principalmente aos cultos afro-brasileiros.

Tornando-se Bible Way

A idéia de um estudo comparativo foi sugerida a partir da experiência etnográfica em que realizei no período de 1985-89, quando residi em Charlottesville, estado da Virginia, Estados Unidos. Durante esse tempo, iniciei um trabalho com um segmento da população negra do sul dos Estados Unidos ou, mais especificamente, com

um grupo religioso que se autodenomina Bible Way, linha pentecostal de negros que se encontra espalhada também por outros estados norte-americanos.

No sul dos Estados Unidos, uma grande parcela de pentecostais negros pertence à classe média, podendo-se encontrá-los, também, a exemplo do que ocorre no Brasil, nas camadas mais pobres da população.

A partir do século XIX, diversificou-se o universo religioso nos Estados Unidos e várias denominações religiosas foram criadas, manifestando uma diversidade que era também étnica. Com a imigração europeia, esse processo intensificou-se e grupos religiosos minoritários passaram a influenciar vários segmentos populacionais. Se, na formação religiosa dos Estados Unidos, o protestantismo era mais ou menos homogêneo, ele foi progressivamente fragmentando-se junto a uma divisão cultural e social do país entre os estados do Sul e do Norte, entre brancos e negros, entre liberais e conservadores. Mesmo com a diversidade religiosa, propiciada pela liberdade de culto, havia uma idéia de “fé nacional”, que perpassava todas as crenças (Hudson 1981).

As igrejas pentecostais nos Estados Unidos cresceram a partir do movimento Holiness. Os pentecostais se distinguiam dos batistas, que já estavam bastante consolidados nesta época, pela fé na cura, além da ênfase no batismo pelo Espírito Santo (Holy Ghost). O batismo pelo Espírito Santo manifesta-se através do dom de “falar em línguas” não conhecidas (Hudson 1981:347). O pentecostalismo moderno foi primeiramente conhecido “Later Rain Movement”, nome que se originou da Bíblia (former rain or latter rain em Joel

2:23). O movimento pentecostal mais importante surgiu em 1906, a partir de grupos estudantis. Em consequência, nasceu o maior grupo pentecostal negro dos Estados Unidos, Church of God in Christ (Igreja de Deus em Cristo). Outros grupos também foram criados, principalmente no sudeste do país, as chamadas Assembly of God (Assembléias de Deus). Estes se diferenciavam dos primeiros grupos pentecostais porque tinham como norma a santificação como um processo gradual do estado de graça instantâneo (Hudson 1981:348). Começando com seis mil adeptos, os seguidores das Assembléias de Deus aumentaram para quarenta e um mil, em 1926, 300 mil, em 1950, e 500 mil, em 1960, (Hudson 1981:348). Nesta mesma época, esses religiosos enviaram missionários para várias partes do mundo, inclusive para o Brasil, com muito sucesso.

Outros autores, no entanto, afirmam que até 1950 o mapa da religião nos Estados Unidos não incluía nada chamado Pentecostalismo, somente aparecendo às margens de grupos religiosos protestantes dominantes (com os Episcopais, Presbiterianos, entre outros) ou entre as populações mais pobres economicamente (Marty 1976). Pentecostalismo, até então, era simplesmente uma denominação, do ponto de vista de parte das camadas baixas, para o Fundamentalismo. Os pentecostais daquela época (antes de 1958/59) eram de camadas baixas e tornavam-se adeptos deste culto no sentido de protesto contra as injustiças e exclusividades sociais, ao mesmo tempo ganhavam status religioso, redefinindo o quadro religioso e social (Marty 1976: 106). Só a partir da década de 60, o pentecostalismo vai ter um lugar na per-

cepção da cultura americana como um todo. Para isso, algumas antigas igrejas do movimento pentecostal realizaram compromissos e acomodações com relação à sociedade (é quando os grupos realizam reuniões em hotéis e motéis) e são mais acreditados e ganham respeitabilidade. A partir de então, a mídia também é incorporada na campanha de conversão de outros fiéis. Nesta mesma época, alguns grupos denominados “carismáticos” apoiarão os pentecostais, pois consideram que eles também partilham da mesma experiência pentecostal. Assim, a partir dos anos 60, a experiência ou ‘força’ pentecostal vai se espalhar para o interior do Luteranismo, do Metodismo, do Presbiterianismo e mais tarde (1967) do Catolicismo (Marty 1976:107).

Muitos dos negros americanos pertencem às congregações onde predominam brancos, porém, a maioria congrega-se em igrejas compostas exclusivamente por negros. Os negros americanos, primeiramente, ligaram-se às igrejas Metodistas, para então se espalharem pelas várias igrejas de denominação pentecostal. Entre essas denominações, estão as seguintes igrejas: Church of God in Christ, Christ Sanctified Holy Church, Church of Living God, House of the Lord, Bible Way Churches, entre outras.

A Igreja Bible Way Church of our Lord Jesus Christ World Wide nasceu, segundo a história relatada no *Official directory rules and regulation* (1962), durante a Conferência Ministerial Nacional dos Pentecostais, entre 25 e 29 de setembro de 1957. A maioria desses grupos religiosos foi criada na década de 1960, onde juntos possuíam 750 mil adeptos. Esses

movimentos religiosos coincidiram com os movimentos políticos e sociais que, a partir das décadas de 50 e 60, reivindicavam os direitos civis dos negros americanos.

O grupo por mim estudado pertence a grupos religiosos que têm como especificidade o fato de pertencerem a um culto pentecostal de negros. De certa forma, podemos dizer que este grupo religioso possui uma “narrativa étnica”. Os membros desta comunidade criam e recriam uma “cultura religiosa”, onde vários aspectos dessa cultura são “inventados”: uma linguagem comum, uma maneira de se vestir, uma moral, um relacionamento muito intenso entre seus membros, uma valorização muito grande do aspecto econômico individual e do grupo religioso, entre outros.

A congregação dos Bible Ways tem a maioria de suas igrejas no Estado da Virginia (Centro e Norte) e em Washington, D.C.. Centralizei meus estudos em uma determinada igreja na Virginia e, por meio de seus membros, participei de eventos religiosos em outras igrejas que pertencem à mesma congregação.

A Bible Way Church of Galilee fica situada numa pequena vila no município de Fluvanna, estado da Virginia. Os crentes que se autodenominam Bible Way, consideram-se pentecostais e cristãos que ‘nasceram de novo’ (born again Christians). A igreja de Fluvanna é uma pequena igreja rural, mas seus membros não pertencem somente a esta área. A maioria deles vem da cidade mais próxima, Charlottesville. Esta igreja possui poucos membros, embora a comunidade Bible Way seja bastante numerosa, abrangendo áreas que vão do norte da Virginia (Washington, D.C.) até a cidade de Nova York. Essas igrejas, todas elas de negros, mantêm um

intenso relacionamento religioso cultural e econômico. As conferências setoriais e nacionais são realizadas anualmente e existe um controle bem centralizado da igreja matriz em Washington, D.C., com relação às outras pequenas igrejas. Assim, sempre ocorrem visitas de um membro de uma igreja a outra, participando do serviço como convidado especial, e assim por diante. Visitei várias igrejas Bible Way na Virginia e em Washington, onde havia membros de outras igrejas presentes. As pequenas igrejas são quase em sua maioria formadas por grupos familiares, com algumas pessoas da comunidade.

A igreja localiza-se num prédio alugado pelo próprio pastor e ele mesmo é responsável pela sua manutenção. No entanto, as igrejas ajudam-se financeiramente, principalmente no início, durante o tempo de sua instalação. A Bible Way Church of Galilee situa-se no antigo prédio que pertencia aos Correios dessa vila em Fluvanna. Os outros prédios dessa vila são também bastante antigos e decadentes.

Esta imagem de 'decadência' é transmitida principalmente porque, segundo os crentes, a cidade foi atingida, em 1884, por uma grande enchente. Essa pequena vila, que foi no passado cogitada como possível capital do estado da Virginia, possui também outros centros religiosos: uma igreja católica, uma episcopal e uma batista.

O pastor Timothy e sua esposa Roberta podem ser socialmente descritos como pertencentes à classe média afro-americana. Ele é um pintor de paredes e possui seu próprio negócio e ela tem um emprego público. Outros membros da igreja podem ser considerados também de classe média e os demais vêm das camadas

mais baixas da população afrodescendente do país. Essa igreja possui um número irregular de membros (entre 20 e 25), mas somente 15 freqüentam regularmente os serviços. É interessante colocar que existe grande mobilidade entre essas igrejas, onde as relações pessoais desempenham um papel muito forte. Pessoas que freqüentam uma igreja Bible Way podem passar a freqüentar outra. Outro fato bastante comum é a transferência de uma igreja para outro local, já que são prédios alugados por um determinado tempo. Desta forma, uma mesma congregação pode mudar de localidade várias vezes, dependendo das condições econômicas dos pastores e dos fiéis, e mesmo das relações que estes mantêm com a população da localidade onde a igreja fica situada.

Num típico 'serviço' de domingo, existem vários segmentos dos quais o pastor, bem como os outros membros da igreja, participam. Com qualquer número de participantes eles iniciam o 'serviço', que tem regras próprias para cada parte do ritual. No entanto, comparando com outras igrejas protestantes, os Bible Ways tem por característica estenderem-se indefinidamente em seus sermões, nos testemunhos e também nas canções e orações. Sem me ater demasiadamente a cada uma dessas sessões, é importante colocar neste trabalho que é através da palavra, bem como dos gestos corporais e da música, que os pentecostais negros se comunicam. O 'dom da palavra' é fundamental, mas ele aparece na ênfase que se dá aos movimentos do corpo e à música.

As regras durante o 'serviço' podem ser alteradas se um dos membros 'receber' o Espírito Santo. Eles

podem então ‘falar em línguas’, e assim o ritmo do ‘serviço’ pode mudar completamente. Desse modo, é usual o ‘serviço’ se prolongar por várias horas seguidas, porque eles estão se ‘divertindo muito’. De certa forma, o ‘serviço’ de domingo de uma igreja Bible Way me lembrou muito as sessões de umbanda e candomblé no Brasil. Como os ‘serviços’ dos Bible Ways, as sessões de um terreiro de umbanda são também muito longas, podendo durar toda uma noite e terminar só pela manhã. O assunto que os leva a prosseguir com o ‘serviço’ é sempre o de falar sobre a necessidade de ‘ser salvo’ e de ‘nascer de novo’.

De modo geral, o sermão é mais formal, enquanto os testemunhos são realizados de maneira mais informal entre os crentes e os não-crentes. No caso dos Bible Ways, porém, tanto os testemunhos quanto os sermões se dão informalmente. O sermão pode durar mais de uma hora, principalmente quando o assunto é algum acontecimento relacionado às pessoas da igreja. O pastor sempre estabelece relações, durante o serviço, entre a história de Cristo e o cotidiano dos crentes. Temas como assassinatos de pessoas, problemas de drogas, assuntos internacionais, estão diretamente ligados à condição social dos negros. O problema das drogas entre os negros, crime, prostituição e gravidez de jovens negras são assuntos sempre discutidos durante os testemunhos e sermões. As relações raciais entre negros e brancos nos Estados Unidos é sempre assunto dos sermões, principalmente os relacionados ao cotidiano dos fiéis. As pessoas sempre ouvem falar ou já passaram por alguma dessas situações. Todas são contadas com bastante dramaticidade, mas, ao mesmo tempo, com

ironia. O objetivo de colocá-las tão próximas dos crentes é a conversão. Converter-se no pentecostalismo é uma atitude diária e interminável. A conversão segue o crente durante toda a sua vida.

O estilo narrativo dos Bible Ways não era ‘complicado’ somente em relação às tarefas com a igreja. De maneira geral, a vida deles parecia bastante ‘complicada’. Não se parecia em nada com a praticidade do estilo protestante branco. Tudo era muito discutido e falado entre eles e, às vezes, eu tinha a sensação de que eles brigavam entre si, mas percebia que era só uma maneira de se relacionarem. A minha condição de pesquisadora estrangeira foi bastante útil para perceber este ponto. Uma outra pesquisadora já havia entrevistado o pastor e visitado a igreja, mas eu obtive, de maneira geral, mais acesso ao grupo, na medida em que a primeira antropóloga era americana e branca. Eu era considerada branca, mas estrangeira, da América do Sul. Era como se eu estivesse um pouco fora do jogo racial que há entre negros e brancos naquela sociedade. Acredito que minha presença foi bem aceita, mesmo entre as outras igrejas Bible Way. Fui muitas vezes chamada de ‘irmã’ por eles, e ser uma ‘irmã’ significa ser aceita como parte da igreja, mesmo sendo em outros momentos considerada católica. A minha relação com os Bible Ways não era só de aceitação; muitas vezes, eles cobravam de mim a conversão ao pentecostalismo. Mas essa cobrança não era feita explicitamente, na medida em que a conversão ao pentecostalismo depende, basicamente, do movimento interior, pessoal, daquele que quer se converter. Depende de um encontro do ‘não-salvo’

com Deus, de uma conversa com Deus. A seguir, vou tratar do 'tornar-se pentecostal no Brasil'.

Tornando-se Pentecostal no Brasil

As primeiras igrejas pentecostais que apareceram no Brasil foram a Congregação Cristã do Brasil, 1910, em São Paulo, e a Assembléia de Deus, 1911, em Belém do Pará (Rolim 1985). Em seguida, inúmeras outras denominações vão surgir, como o Evangelho Quadrangular, na década de 40, o Brasil Para Cristo, 1955, a Igreja Nova Vida, 1960 no Rio de Janeiro e muitas outras mais recentemente, como a Igreja Universal do Reino de Deus. Os cultos que pesquisei no Rio de Janeiro foram: Assembléia de Deus, Igreja de Nova Vida e Metodista Renovada. Esta última denominação citada faz parte das chamadas Igrejas Históricas, no entanto a Igreja Metodista Renovada, junto aos presbiterianos e congregacionalistas, vieram a adotar, recentemente, o estilo dos cultos pentecostais, porém exercem vigilante controle dos pastores e fiéis, para evitar 'excessos'. Estão mais preocupados com aspectos doutrinários sobre o Espírito Santo e com o legalismo religioso.

Os fundadores da Assembléia de Deus foram dois suecos, Daniel Berg e Gunnar Vingren. Tinham sido batistas antes de se tornarem pentecostais nos Estados Unidos. Filiados à Assembléia de Deus americana vieram para Belém (Pará) como missionários, guiados por uma 'inspiração'. Entraram aos poucos, começaram a falar de suas experiências religiosas, fizeram vigílias, cânticos e leituras referentes a 'Pentecostes'. Assim apareceu, segundo Rolim (1985),

a 'glossolália' e houve a cisão. O 'poder do Espírito Santo' criou uma forte discussão, que passou das casas para dentro da igreja. Os missionários foram expulsos e com eles seguiram muitos crentes da Igreja Batista.

Para este autor, a Assembléia de Deus e a Congregação Cristã do Brasil implantaram no Brasil a 'experiência pentecostal' dos grupos brancos americanos que não era a original, e que estava marcada pela nítida separação entre o social e o político. Neste sentido, o pentecostalismo que veio para o Brasil não é a dos grupos de negros pentecostais, mas o de brancos, e a proposta deste autor é a de que o grupo que foi atingido no Brasil é o das camadas mais baixas da população: "Essas faixas pobres, com escassas possibilidades de melhoria de vida e com praticamente nenhuma participação nos cultos oficiais, encontraram nas celebrações deste ramo pentecostal, momentos de espontaneidade e liberdade religiosa" (Rolim 1985: 42). As características dos cultos realizados pela Igreja da Assembléia de Deus são: participação (não demonstram medo de falar em público, o fazem com muito entusiasmo); proselitismo; testemunhos; glossolalia ('falar em línguas estranhas'); oração espontânea; oração coletiva e cânticos.

A outra igreja que faz parte da pesquisa é a Igreja de Nova Vida. Ela é uma das mais recentes, embora já tenha completado 30 anos. Seu fundador foi o bispo Robert McAlister. Segundo Rolim, a igreja está mais dirigida às classes média e média-alta da sociedade brasileira, mas, no entanto, ela também pode ser encontrada em bairro de camadas baixas. Além da glossolalia, outros aspectos desses cultos são: o Batismo nas águas e a santa ceia (para a Nova Vida);

o Batismo no e pelo Espírito Santo; a manifestação espontânea do Espírito Santo e o Batismo nas Águas.

A Igreja Metodista Renovada pertence historicamente às chamadas Igrejas Protestantes Históricas. É com a ‘renovação’ que as características pentecostais se manifestam.

As igrejas pentecostais mais tradicionais no Brasil, como a Assembléia de Deus, a Congregação Cristã e outras, estão sendo consideradas também como “históricas”. Já as mais novas, criadas principalmente a partir da década de 80, não entram nesta categoria. A grande distinção está na postura que assumem diante do mundo, as primeiras muito mais comunais e tradicionais. A salvação tem um caráter coletivo e a narrativa bíblica é encarada com maior rigor nas escolas dominicais. As novas igrejas “neopentecostais”¹, no entanto, são marcadas pelo individualismo, pelas curas e pela salvação individual.

Nas igrejas mais novas, como a Universal do Reino de Deus e Igreja da Graça, os ‘exus’ e ‘pombajiras’ (entidades da umbanda) têm um papel essencial na composição desses cultos. São ‘entidades’ que aparecem durante o culto de exorcismo e que são essenciais para a realização dos cultos pentecostais. Sem os umbandistas esses novos pentecostais não existiriam, não se concretizaria a ‘verdade’ do grupo. São eles que dialogam com os pentecostais, mais que os outros pentecostais ou que as igrejas protestantes históricas. É através desta oposição entre ‘exus’ e ‘pombajiras’ e o ‘Espírito Santo’ que esses cultos se realizam. Os chamados ‘pentecostais históricos’ também trabalham com essas oposições, mas de um outro modo: os demônios aparecem, são exorci-

zados, mas geralmente no final do ‘serviço’, e não necessariamente referem-se diretamente a ‘exus’ ou outras ‘entidades’ da umbanda. As demonstrações de poder do ‘Espírito Santo contra o demônio’ estão sempre presentes nos cultos pentecostais e têm um espaço privilegiado nas novas igrejas. As mais novas resgatam esse confronto direto entre o bem e o mal. A diferença entre as igrejas históricas e as igrejas “neopentecostais” está no fato de que para as últimas convivem de maneira bastante tensa o bem, e o mal e o nome do ‘demônio’, por exemplo, é tão falado quanto o de Jesus.

Relação dos Pentecostais no Brasil com as chamadas Religiões Afro-brasileiras

O mal está basicamente associado, para os pentecostais, ao Candomblé e à Umbanda no Rio de Janeiro. Tudo que deriva desses cultos é ligado à figura do diabo. Uma boa parte dos nossos entrevistados, negros e pentecostais, já havia participado dos cultos afro-brasileiros e hoje colocam que ‘foram salvos do mal pelo poder do Espírito Santo’. Associam os males de suas vidas passadas à prática anterior, e mesmo encontrando-se hoje em dificuldades dizem-se felizes. A afirmação de que as religiões afro-brasileiras são criações do demônio foi encontrada em todas as narrativas pentecostais que pesquisamos. Eles não admitem nenhum tipo de boa qualidade vinda dessas religiões. Esse fato possibilita às religiões afro-brasileiras serem um dos principais alvos dos discursos proselitistas pentecostais. Eles, ao evangelizarem, ressaltam que esta é a principal tarefa do crente, ou seja, levar a ‘palavra’ e exorcizar os principais demônios que estão ‘incorporados’ nos umbandistas, e

assim por diante. Os pentecostais acreditam que a liberdade está na ‘aceitação de Jesus’ e os que não crêem precisam de ajuda para encontrar a Salvação. É uma obrigação de todo pentecostal a luta pela conversão “daqueles que vivem no mal”. Ao assumirem a “palavra de Deus” assumem também o combate ao demônio, que é representado pelas ‘religiões afro-brasileiras’. Segundo um pastor da Igreja da Graça: “O povo umbandista, candomblecista, é um povo que a Bíblia diz que os braços de Deus não estão em posição de salvá-los... Não, aquele povo não está salvo. Se nós os cristãos não orarmos para que Jesus liberte eles, para eles virem fazer parte dessa família de vencedores, não de famílias fracassadas, eles vão continuar sem esperanças”. Só o contato com o ‘sagrado’, com o Espírito Santo, poderão salvá-los.

A proximidade das práticas religiosas afro-brasileiras em relação à manifestação pelo Espírito Santo é evidente, por exemplo, nesta frase de um membro da Igreja Metodista Renovada: “A vinda do Espírito Santo ainda é um mistério para mim. Porque tudo é um mistério. Na hora que eu vejo falando em línguas, eu fico em dúvida. Não sei se é porque eu estive muito próximo do Candomblé e do espiritismo... Eu tenho a sensação que parece que é igual. Quando o Espírito Santo começa a falar parece que é igual... Não consigo entender”. A relação muito próxima entre as duas manifestações, do Espírito Santo e dos Orixás, é bastante interessante. São dois códigos religiosos distintos, que são acionados para a identificação ou da entidade da umbanda ou do Espírito Santo. A seguir vou analisar o processo de conversão entre os pentecostais negros americanos, os Bible Ways.

Narrativas e Testemunhos sobre a Conversão pelo Espírito Santo: problema étnico-religioso

O testemunho é um dos caminhos que as pessoas usam para se converter à igreja Bible Way. O processo de conversão, para os Bible Ways, está ligado diretamente às questões mais gerais da criação de uma subjetividade étnica e racial. Foi durante uma entrevista com o pastor Timothy e outra com sua esposa Roberta, da igreja Bible Way de Fluvanna, que discutimos esses pontos.

A história de vida do pastor Timothy é narrada, primeiramente, a partir de sua relação com a Igreja Batista. Essa relação se dá por motivos familiares e, portanto, pelo que eles denominam de ‘tradição’. O pastor Timothy foi batista porque sua família já pertencia a esta religião e era natural que ele a seguisse. No entanto, ser batista não significava realmente ser religioso; significava apenas ‘ter uma religião’, ‘ir à igreja’. Ser batista era uma questão de família, já que não existia um real envolvimento com esta religião.

O pastor Timothy descreve seu relacionamento com a Igreja Batista como parte da tradição familiar das famílias afro-americanas. Não se tirava nada dessa tradição: as pessoas freqüentavam a igreja porque foram criadas para freqüentá-la. Para Roberta, esposa do pastor, ser batista é também parte da tradição, é um costume de sua família e significa apenas um ‘nome’.

Ser batista, para Roberta, faz parte do seu próprio crescimento desde criança. Mas isto não necessariamente significa que você seja uma pessoa de igreja. Roberta era levada por sua avó para a escola dominical, mas isso não significava que ela entendesse o que estava acontecendo lá. O pastor Timothy lembra também que,

quando era criança costumava freqüentar uma escola dominical batista.

A mulher do pastor fala da importância do batismo para se pertencer a uma religião. Ela descreve sua experiência de ser batizada na religião batista e de como o batismo era considerado um grande evento social para todas as crianças e suas famílias: “Eu nasci na Jamaica, mas fui trazida para os Estados Unidos quando ainda era bem pequena. Mas eu lembro de minha avó levando-me a uma igreja Batista. Lembro de ser batizada e foi um grande evento porque todas as meninas estavam de branco e se arrumavam muito, inclusive iam ao cabeleireiro para depois caírem na água! A gente não sabia porque íamos ser batizados, somente que aos 12 anos teríamos de nos batizar. Mas muitas crianças não sabem o verdadeiro significado de ser batizado em nome de Jesus. Antes, quando eu era pequena, só sabia que tinha que ser batizada aos 12 anos, alguma coisa com uma tradição, não sabia o significado real do batismo”.

É interessante dizer então que, para o pastor e sua esposa, a noção do significado do batismo só vem depois de adulto. A criança não tem condições de perceber o “verdadeiro significado do batismo”. Essa noção só é atingida com a experiência de Deus, que vem com a conversão ao pentecostalismo. Para o pastor Timothy e sua esposa, a Igreja Batista é tudo aquilo a que eles se opõem. É pela negação daquela igreja que os Bible Ways se afirmam como crentes e seres humanos. Os batistas, segundo os Bible Ways, não têm nenhuma moral e não sabem “o verdadeiro significado da palavra de Deus”.

Considerações finais: a questão da diferença

Em termos comparativos, muitos já exploraram a questão das 'relações raciais' nos contextos norte-americano e brasileiro. No entanto, sugerimos o tratamento de narrativas pentecostais no Brasil e nos Estados Unidos, não como duas totalidades supostamente estáveis, coerentes e preexistentes, mas como uma série de efeitos resultantes dos processos de "invenção" (Wagner 1981) de auto-imagens pessoais e coletivas por parte de coletividades identificadas com o pentecostalismo. Sendo essas coletividades pentecostais de maioria negra nos Estados Unidos, e contando com uma boa parte de negros também no Brasil, essa criação de uma auto-imagem também passaria pela 'invenção' das classificações étnicas.

A antropóloga Karen Blu, em seu *The lumbee problem* (1980), trabalha as categorias 'raça' e 'entidade' e o modo como esses termos são usados nos Estados Unidos. Para ela, o termo 'etnicidade' ficou mais em moda a partir dos anos 60 entre os círculos leigos e entre os cientistas sociais, que vêm isto como um aspecto positivo na construção das 'identidades' pessoais e coletivas dos indivíduos em jogo. Já o termo 'raça' traz uma conotação onde existe a dominância hierárquica de uma categoria sobre a outra. Isto quer dizer que existe, no esquema racial, uma predominância da cor branca sobre a cor negra. Em relação aos negros, os brancos são dominantes não somente em termos econômicos e políticos, mas os atributos físicos também produzem sua superioridade. A partir da mudança do esquema 'racial' para o 'étnico' o quadro torna-se mais complexo. Inicialmente eram os 'negros' e os 'brancos',

mas depois outros grupos se tornaram também étnicos. Assim, segundo Blu, as implicações dessa mudança (de raça para etnia) são importantes para a construção de identidade dos próprios grupos, pois os ‘símbolos negativos’ tornam-se ‘símbolos positivos’. Os símbolos ligados à pele branca não necessariamente tornam-se indesejáveis, mas os símbolos de pele negra passam a ser desejáveis também. Ser negro como parte de uma raça é indesejável e considerado inferior, mas como parte de um grupo étnico é bom, na medida em que faz parte de um grupo coeso, que é visto como ativo e anula as desvantagens de seu status de minoria.

As relações entre etnia e religião reforçam, no caso americano, os grupos negros. Em seu livro *A nation of behavers* (1976), Martin Marty trabalha justamente com essa relação entre etnicidade, cor e religião. Segundo este autor, o problema do século XX é o da cor, das relações entre “as raças humanas mais escuras e as mais claras”. Para Marty, a etnicidade tornou-se, nos Estados Unidos, por volta de 1960, a estrutura e o esqueleto da religião. Vários fenômenos que não eram considerados fenômenos religiosos passaram a sê-los a partir de então. Assim, ‘religião étnica’ faz parte de um duplo pertencimento: por um lado, uma pessoa pode ser pentecostal e, por outro, também pertencer a uma religião de negros. O que parece pouco convincente nas formulações de Marty é sua estratégia de encontrar, uma identidade específica intrínseca às religiões. Segundo ele, os negros de agora procurariam reviver, em suas religiões, mitos e ritos de um passado rural em busca de uma autenticidade perdida. Ainda segundo Marty, a igreja urbana restaurou estilos esquecidos e até repudiados que

agora servem como afirmação de negritude. Há, em suas afirmações, a procura do essencialismo, alguma coisa perdida: a ‘imediatividade da crença’ (‘immediacy of belief’): se nós não podemos viver “os grandes símbolos do passado”, podemos ter uma segunda naiveté através da crítica. Existe uma verdade nas crenças originais que são revividas mais tarde, através da crítica. Exemplo disso seria os negros americanos, que vão buscar, em crenças do passado, afirmações para sua identidade no presente. Assim, para o autor, é válido associar símbolos étnicos à símbolos religiosos.

De acordo com o que foi sugerido, os símbolos ‘religiosos’ e ‘étnicos’ podem ser tratados como parte de narrativas que estão sempre sendo renovadas pela diferença. Essa diferença é sempre expulsa pelos próprios crentes para fora de si, de forma a criar uma subjetividade. Esse processo é interminável na produção desta subjetividade na condição de negros e pentecostais. Na medida em que as fronteiras entre o étnico e o religioso são desconstruídas, podemos pensar as estratégias de permanente e interminável conversão religiosa por parte dos pentecostais negros como uma estratégia simultânea de conversão étnica. A expulsão das diferenças para fora de uma subjetividade religiosa ocorre também nos limites de uma subjetividade étnica.

No caso dos Bible Ways, existe, em primeiro lugar, uma negação em relação aos batistas que são considerados como simplesmente um ‘nome’, uma ‘tradição’. Em seguida, há a negação em termos étnicos e raciais. Os pentecostais se diferenciam das outras religiões, principalmente dos batistas, e se diferenciam também porque são negros. A partir das narrativas do pastor e

de sua esposa, fica caracterizada toda uma trajetória de mudança, de procura de uma 'identidade' . Essa subjetividade é criada pela expulsão da diferença. Mas essa diferença só vai ser encontrada no momento de sua essencialidade, na afirmação dos pentecostais como negros e pentecostais. Logo depois, eles vão procurar outras diferenças que os façam novamente presença. No caso dos pentecostais negros no Rio de Janeiro, a relação principal faz-se em relação aos umbandistas. Eles se afirmam positivamente a partir da negação de cultos afro-brasileiros e da identificação desses cultos com o mal, com o "demônio".

Assim, a estrutura narrativa pentecostal não é produzida a partir de um centro e com uma lógica específica, mas a partir dos intervalos, pela negação. Através dos testemunhos e, portanto, da conversão ao pentecostalismo, que nunca se completa, os crentes estão sempre fazendo e refazendo sua cultura e sua crença. Seguindo o discurso do pastor e de sua esposa, podemos perceber que eles estão sempre expulsando a instabilidade, a incoerência, a diferença para fora de sua subjetividade de negros e pentecostais. Negam, assim, que eles, como pentecostais negros, também tenham uma 'tradição' (como afirmam que só os batistas possuem); que também eles sejam um 'nome' (embora afirmem que só os batistas o sejam). É através deste processo de projetarem a diferença para fora de si mesmos e, desse modo, constituir fronteiras fortemente delimitadas entre pentecostais e batistas, que produzindo uma subjetividade que, por sua vez, jamais estará ao abrigo da heterogeneidade de outras posições que habitam o próprio discurso do sujeito.

Essa estratégia de projeção das diferenças para fora das fronteiras de uma subjetividade individual e coletiva é universal e pode, portanto, ser verificada em qualquer contexto sociocultural. O que importa destacar em nossa análise é, precisamente, o modo pelo qual esse processo se realiza nos dois casos que analisamos. No primeiro, o ‘outro’ que é projetado para fora das fronteiras dos pentecostais são os batistas condenados pela ambivalência entre o que professam e o modo como agem; no caso dos pentecostais brasileiros, seus ‘outros’ são os umbandistas que são identificados ao demônio. Esses ‘outros’ são fundamentais para a construção positiva e essencial de uma e outra identidade. São fundamentais na medida em que são expulsos da comunidade social e simbólica dos pentecostais enquanto fontes de desordem e incoerência. No entanto, essas fontes, embora expulsas, residem efetivamente no interior do discurso e da experiência pentecostal. Assim, no caso dos pentecostais brasileiros, o demônio está cotidianamente presente. E entre os pentecostais americanos a ambigüidade entre o que é professado e as práticas sociais cotidianas está igualmente presente. É, precisamente, através do esforço obsessivo para evitar os outros e de mantê-los à distância que essas comunidades asseguram, paradoxalmente, o seu convívio com eles, fortalecendo assim, sob permanente e insidiosa ameaça de dissolução, suas identidades pessoais e coletivas.

Nota

¹ Para a discussão sobre neo pentecostalismo ver Patrícia Birman em “Males e malefícios no discurso neo pentecostal” (1977).

Referências bibliográficas

BIRMAN, Patricia. "Males e malefícios no discurso neopentecostal". In: *O mal à brasileira*. Rio de Janeiro: Eduerj, 1997. p. 62-80.

BLU, Karen L. *The lumbee problem. The making of an American Indian People*. Cambridge univ. press, 1980.

CONTINS, Marcia. *Narrativas pentecostais: estudo antropológico de grupos pentecostais negros nos Estados Unidos*. Rio de Janeiro, Ciec, ECO, UFRJ,1993.

_____ *Tornando-se pentecostal: um estudo comparativo sobre pentecostais negros no Brasil e nos Estados Unidos*. Tese de doutorado. Rio de Janeiro, Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura, ECO. UFRJ, 1995.

_____ "Pentecostalismo e umbanda: identidade étnica e religião entre pentecostais negros no Rio de Janeiro". In: *Interseções: revista de estudos interdisciplinares*. Rio de Janeiro: UERJ, NAPE, 2002. ano 4, n2. p.83-98, 2002.

HUDSON, Winthrop. *Religion in America*. New York, C. Scribner's sons,1981.

MARTY, Martin E. *A nation of behavers*. Chicago, Univ. of Chicago, 1976.

Official Directory Rules and Regulations of the Bible Way Church of our Lord Jesus Christ World Wide, Inc. Washington, D.C., 1962.

ROLIM, Francisco Cartaxo. *Pentecostais no Brasil; uma interpretação socioreligiosa*. Rio, Ed. Vozes,1985

WAGNER, Roy. *The invention of culture*. Chicago, Univ. press., 1981.

Marcia Contins é Professora Adjunta de Antropologia do Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais e do Departamento de Ciências Sociais do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas(IFCH) da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ).

Mídia e religião: a “nova era” no mercado editorial

Fátima Regina Gomes Tavares* e
Joelma do Patrocínio Duarte**

RESUMO

O objetivo deste trabalho é analisar a “expansão” do movimento *nova era* a partir da relação entre o surgimento do mercado editorial “esotérico” e as percepções da mídia impressa, onde, nos anos 80, verificou-se uma crescente visibilidade do movimento. Ao que parece, esta crescente visibilidade da *nova era* abre espaço para que esta se configure como fenômeno de consumo cultural.

Palavras-chave: movimento nova era; mídia; mercado editorial.

ABSTRACT

The aim of this paper is to analyze the “expansion” of the new age movement by means of the relation between the beginning of the “exoteric” editorial market and the printed press perceptions, where, during the 80’s, there was a process of increasing visibility of this movement. What seems is that the increasing visibility of the new age gives room so that it can configure itself as a cultural consume phenomenon.

Keywords: *new age movement, media, editorial market.*

RESUMEN

En los años 80 hubo un proceso de creciente visibilidad del movimiento nueva era en la media impresa brasileña, caracterizado por la “efervescencia” del esoterismo en tal periodo. El objetivo de este trabajo es analizar esa “expansion” a partir de la relación entre el surgimiento del mercado editorial “esotérico” y las percepciones de la media impresa como un fenómeno cultural.

Palabras clave: *movimiento nueva era, media, mercado editorial.*

Na sociedade atual, a ampla circulação e intercâmbio informacional fornecem um significado próprio à aldeia global. É através da mediação do complexo midiático que os bens simbólicos efetivam, em grande medida, a sua produção, reprodução e circulação. O que antes era restrito a uma comunidade, a um grupo cultural, a identidades fixas e demarcadas, no mundo contemporâneo é flexibilizado, permitindo o encontro, o compartilhamento e o cruzamento de heterogêneos sistemas simbólicos, promovendo um “fluxo de bens culturais globalizados” (CONTEPOMI, 1999: 132). Fronteiras de tempo e espaço são derrubadas, informações e ideologias passam a ser socializadas de forma rápida e barata.

Na contemporaneidade, a narrativa da tradição (característica das religiões institucionais) tem enfrentado o universo de escolha do consumidor, conformando processos situados num campo de mídia múltipla que têm impulsionado inúmeras mudanças nas sensibilidades propriamente religiosas. Nesse contexto de transformações mais amplas, encontra-se a religiosidade que comumente tem sido designada por “nova era”. Como sugere Amaral, as interpretações sobre esse fenômeno situam-se no entrecruzamento de tendências variadas: *“a possibilidade de transformar, estilizar, desarranjar ou rearranjar elementos de tradições já existentes e fazer desses elementos metáforas que expressem performaticamente uma determina visão, em destaque em determinado momento, e segundo determinados objetivos.”* (AMARAL, 2000: 32)

Inúmeros aspectos da espiritualidade “nova era” têm sido assimilados por um público crescente, movimento esse que decorre, em grande parte, da disponibilização de recursos midiáticos. Sendo a “nova

era” um recurso cultural e prático, nossa sugestão é a de que a dimensão midiática do movimento apresentasse como um fenômeno de consumo cultural, que repercute nos vários segmentos da sociedade hodierna. Assim, considerando que os meios de comunicação veiculam abundante referência à ilimitada variedade de vias de acesso e expressão ao “interior sagrado” dessa “cultura religiosa errante”, podemos considerar que, através dos meios de comunicação, também se realizam a arte e a estética da “nova era”.

Mídia e espiritualidade “nova era”

Os meios de comunicação impressos tendem a descrever as práticas do movimento “nova era” como sendo de forte apelo consumista. Todavia, como sugere Amaral, o consumo na “nova era” tem um sentido que está além do *“epifenômeno da mercantilização universal promovida pela lógica do capitalismo e sua capacidade de transformar tudo em mercadoria, mas como um meio de expansão da própria cultura moral e espiritual nova era”* (op. cit.124). Para a autora, o consumo encontra plena afinidade com essa cultura espiritual. Dessa forma, sem a mercadoria e sem o consumo não haveria esse “espírito”, não haveria esse sagrado.

O movimento “nova era” tem sido propagado pela mídia para um público mais amplo, tanto de forma positiva “cativando o espírito”, como de forma “negativa” veiculando-a com um acento de ironia e crítica, como um “produto” de pouca sofisticação, restrito, superficial e de embalagem comercializada. Essa dubiedade parece indicar a tensão da mídia com a própria dimensão midiática do fenômeno. Esse é um processo marcado por ambigüidades, no qual os meios de comunicação

impressos parecem assumir uma posição de protagonistas do “sucesso” e da crítica desse movimento.

A “nova era”, por sua vez, vem adquirindo visibilidade social através da mídia. Nessa dinâmica, conhecimentos, práticas, vivências, técnicas têm sido acessados por um público “leitor” (não adeptos) que, por vezes, acaba incorporando alguns desses referenciais.¹

Assim, parece-nos que o movimento “nova era” tem se relacionado de forma “confortável” e “aberta” com o espaço midiático porque sua identidade é flexível e circula pela lógica do consumo e da mercadoria, já que esse movimento não possui um arcabouço doutrinário que precise ser assegurado ou uma tradição a ser mantida. Por outro lado, a “nova era”, ao se expressar através da mídia, também se caracteriza como um fenômeno da cultura popular que, segundo Amaral, *“pode ser vista não como impedimento à formulação de uma linguagem religiosa, mas como constitutiva de e consubstancial à nova linguagem religiosa que vem transformando a imaginação do sagrado no mundo contemporâneo”* (AMARAL, 2001: 01).

Enfim, a cultura popular, a cultura de consumo e de massa colocam em circulação um campo de ação, de expressão e de diálogo para indivíduos interessados em significados religiosos, mas com identidades dispares, processo que parece apontar para a elaboração de uma nova imaginação religiosa, onde o sagrado não é algo em si, mas em constante (re) significação.

Anos 80: as relações entre a mídia e a emergência do mercado editorial “esotérico”²

Na década de 80, observa-se o incremento de práticas esotéricas no Rio de Janeiro. Esse fenômeno

adquire visibilidade a partir da promoção e divulgação de eventos através de rádio, TV, palestras, cursos, workshops, entre outros, dinamizados por adeptos de práticas do universo esotérico e também por pessoas que atuam profissionalmente na área.

O nome de destaque do meio, na época, é o do “esoterista” e empresário do ramo kaanda Ananda.³ Em 1986, ele já divulgava os “mistérios ocultos” em um programa diário na rádio Imprensa FM, com duração de duas horas e posteriormente com um programa semanal na TV Record. O Eremita era um programa eclético de cultura espiritualista-esotérica que tinha a proposta de integrar Ciência, Filosofia e Religião. O Eremita era, assim, “*o andarilho solitário, contador de estórias, no caminho da vida*” (D`ANDREA, 1996: 07).

A empreitada representada pelo O Eremita teve duração de três anos, período suficiente para a realização de uma ampla e substancial divulgação dos saberes relacionados ao universo mágico-espiritual disponível no Rio de Janeiro. Assim, a movimentação em torno do ocultismo torna-se visível e começa a ser destacado pelos meios de comunicação.

A divulgação de conhecimentos esotéricos realizados pelo programa *O Eremita* e a criação do Esoteric Shopping Center 4 são momentos representativos da efervescência do esoterismo que alcança seu auge no período de 1984 a 1987. A mídia não deixou de captar essa tendência, levando ao grande público diversas informações sobre os assuntos mais tratados e os personagens mais significativos.

A partir da década de 80, os temas “esotéricos” alavancaram o mercado editorial nessa direção. A

mídia buscou noticiar largamente esse incremento de livros esotéricos. Os meios de comunicação não só notificaram o fenômeno de vendas da literatura “esotérica” como também o avaliaram, destacando as estratégias de investimento maciço utilizadas pelas editoras na produção dessa linha.

A editora Francisco Alves, especializada em livros didáticos, a partir de 1980, lançou sua coleção esotérica *Arcanos*, com sete títulos no mercado. Esse mercado apresentou-se extremamente promissor, fato noticiado pela mídia impressa em diversas ocasiões. Nessa mesma época, a Rocco, hoje uma importante editora, com muitos títulos nessa linha, iniciava suas atividades lançando *O livro das mirações*, do ex-guerrilheiro Alex Polari e *O feiticeiro do Alto Amazonas*, do americano Bruce Lamb, ambos tratando da temática do Santo Daime. A editora Record, na época, tinha como líder de vendas *Vidas secas*, de Graciliano Ramos, com 617 mil exemplares vendidos de 1975 a 1985, seguido de perto pelo *O poder do subconsciente*, do americano Josef Murph, com a marca surpreendente dos 548 mil exemplares em 25 edições. Esse autor americano ultrapassou significativamente em vendagem grandes nomes da literatura brasileira e internacional, como *Tieta do agreste*, de Jorge Amado (11 edições e 306 mil exemplares) e *Tocaia grande* (4 edições e 240 exemplares), desbancando nomes de peso da concorrente Nova Fronteira, como Umberto Eco, com *O nome da rosa* (100 mil exemplares em 22 edições), Milan Kundera e Marguerite Yourcenar, também com suas obras consideradas *best sellers*, tendo vendido 30 mil exemplares cada. Na Nova

Fronteira, *As rofecias de Nostradamus*, do francês Font Brune, vendeu, em 1984, 50 mil exemplares.

Esses indicadores ilustram a importância conferida às publicações “esotéricas” nessa época, como forma de difusão de um “estilo” editorial, consolidando um mercado altamente rentável. A partir dos anos 80, portanto, esse segmento representa um filão importante no mercado editorial brasileiro.

A imprensa escrita destacou amplamente o caráter comercial da relação entre editoras e a expansão do volume de publicações de obras que tratam desse segmento. As editoras, percebendo o seu potencial de vendagem, modificaram suas linhas de edição: abandonaram obras significativas que representavam o seu “carro-chefe” para se dedicarem exclusivamente a imprimir um único título com temática esotérica. Por outro lado, ao noticiar, a mídia contribuiu para a crescente procura de livros esotéricos e, conseqüentemente, para a lucratividade desse negócio, sucesso que se reflete não só nas livrarias alternativas como também nas não-especializadas, como foi o caso, por exemplo, da livraria Siciliano.

O interesse do público pelo esoterismo; a percepção, por parte das editoras, de que se tratava de um mercado promissor e a divulgação de temas “esotéricos” de uma rede variada (jornais alternativos, cursos, Workshops, propaganda boca a boca), possibilitou que os livros “esotéricos” alcançassem ampla vendagem, alguns, inclusive, tornando-se best seller, embora não sejam assim classificados.

No entanto, quando a vendagem de alguns títulos tornou-se muito expressiva, a mídia, reconhecendo o seu sucesso junto ao público, passou a noticiá-los como

livros que “batem recordes” de vendagem. Paulo Coelho, o nosso mais bem sucedido autor, é o melhor exemplo desse fato.

Os lançamentos de *O diário de um mago* e *As brumas de Avalon* foram os grandes marcos na consolidação desse segmento editorial, divulgando, assim, essa temática junto a um público bem amplo. Essa literatura, “alavancada” por Paulo Coelho e Marion Zimmer Bradley, representou um filão de imensa expressão comercial e sucesso midiático. Sucesso que foi avaliado pela mídia como fenômeno comercial e não enquanto gênero literário de qualidade.

A divulgação, nessas obras, de mensagens “esotéricas” tem sido feita através de histórias romanceadas que apresentam ao leitor “vivências por diversas crenças, saberes, símbolos e representações de diferentes tradições do pensamento cristão e pré-cristão. Assim, como enfatiza Pereira, “(...) *descortina-se um universo mágico-religioso marcado por uma diversidade temática simbólica: peregrinação religiosa, anjos, alquimia, bruxas, realização de milagres, a descoberta da face feminina de Deus (...)*” (PEREIRA, 1998: 02).

Durante a década de 80, a mídia impressa também noticiou livros que tratam de práticas esotéricas específicas, como “pirâmides” ou “oráculos”, avaliando esta ocorrência como algo ligado ao modismo do momento. Os livros que tratam das artes divinatórias foram, nessa época, noticiados como um produto com grande apelo comercial.

Algumas considerações finais

Ao final da década de 80, portanto, o mercado de livros esotéricos já se encontrava bastante consolidado,

mas ainda provocava avaliações jocosas e críticas da mídia. A perplexidade da mídia frente à explosão do esoterismo era bastante acentuada: buscava-se, recorrentemente, as explicações para esse fenômeno no “faro” comercial dos editores. A mídia tendeu, assim, a vincular a expansão desse mercado a uma lógica consumista.

No entanto, apesar das desconfianças desses setores, observa-se, a partir da década de 80, uma “efervescência” do esoterismo nas grandes cidades brasileiras, especialmente no Rio de Janeiro e São Paulo. As práticas místicas e esotéricas foram encontrando espaço no cotidiano da vida de um número cada vez maior de indivíduos. A mídia impressa captou essa tendência já no início da década de 80, colocando esse fenômeno “em circulação”, contribuindo, assim, para a popularização desse universo.

Entre avaliações de ceticismo, ironia e simpatia, a mídia destacou a grande movimentação em torno do esoterismo, enfatizando que a sua popularização era um fenômeno em ascendência. A visibilidade adquirida por esse universo foi também auxiliada por sua exposição no espaço midiático, que captou suas tendências e colocou-as em circulação, propiciando a consolidação de um “mercado”. Mercado que, como podemos observar, em várias ocasiões ela “denunciou”, mas que tem se revelado promissor, pois atua num campo onde se encontra: espiritualidade, lazer, cultura entretenimento e consumo.

Notas

¹ Algumas correntes religiosas criticam e condenam a mídia de cultura popular configurando, assim, uma guerra entre instituições religiosas e indústrias de entretenimento. Nessa abordagem, considera-se que a mídia intensifica o caráter “superficial” da mensagem religiosa, agravando o problema da secularização vivenciada no interior das Igrejas (JORGENSEN, 1994: 282). Por outro lado, Stout e Buddenbaum (2000) minimizam a idéia de “guerra de cultura”, haja vista que as instituições religiosas criam e participam da cultura popular de consumo.

² A análise deste item do artigo encontra-se ancorada numa extensa pesquisa junto às fontes primárias que recobrem os jornais da grande imprensa do período, mais especificamente o Jornal do Brasil, O Globo, a Folha de São Paulo e a revista Veja. Cf. Duarte (2003).

³ Nome iniciático de José Linhares Filho, que em “afro-sâncrito” significa “nuvem de felicidade”.

⁴ Espaço alternativo criado em 1984 para o encontro, curso e venda de produtos relacionados às ciências ocultas.

Referências bibliográficas

AMARAL, Leila. *Carnaval da alma: Comunidade, Essência e Sincretismo na Nova Era*. Petrópolis: Vozes, 2000.

_____. *Sobre a radicalidade do trânsito religioso na cultura popular de consumo*. Trabalho apresentado na MR 04 “Insurgências no campo religioso”, no Seminário Internacional de História das Religiões e III Simpósio Nacional da Associação Brasileira de História das Religiões “Insurgências e Ressurgências no Campo Religioso”, Recife, 20 a 22 de Junho de 2001.

CONTEPOMI, Maria Del Rosário. *Nova era e pós-modernidade: Valores, crenças e práticas no contexto sociocultural contemporâneo*.

D’ANDREA, Anthony A. F. *O self perfeito e a nova era: individualismo e reflexividade em religiosidades Pós-tradicionais*. Rio de Janeiro: Luperj, 1996.

DUARTE, Joelma P. *Para além do alternativo: um estudo sobre a expansão da cultura nova era através da mídia impressa*. (Dissertação de mestrado). Juiz de Fora: PPCIR/UFJF, 2003.

STOUT, Daniel A. e BUDDENBAUM, Judith, (orgs). *Religion and culture: studies on the interacion of wordviews*. Iowa: Iowa Press, 2000.

JORGENSEN, Knud. "Modernity, information technology and Cristian faith." In: Sampson, Philip; SAMUEL, Vinay & SUGDEN, Cris (ed.). *Faith and modernity*. Oxford: Regnum Books. 1994.

PEREIRA, Magda V. dos S., *O universo místico-religioso da obra de Paulo Coelho na ótica de seu leitor*. Trabalho apresentado no seminário temático STO "Nova Era e o complexo Alternativo". VIII Jornadas sobre Alternativas Religiosas na América Latina São Paulo, 22-25 de setembro de 1998.

* **Fátima Regina Gomes Tavares** é Doutora em Antropologia (IFCS/UFRJ); professora do Programa de Pós-graduação em Ciência da Religião da UFJF.

** **Joelma do Patrocínio Duarte** é Mestre em Ciência da Religião (UFJF).

Mídia, religião e política: a evangelização da campanha presidencial

Alexandre Brasil Fonseca*

RESUMO

Nas eleições gerais de 2002, mereceu destaque na imprensa a evangelização da campanha para presidente do candidato Anthony Garotinho. Compreendemos seu caso como um interessante exemplo em que mídia e política se encontraram intermediadas pela religião. Inicialmente, apresentamos um breve perfil do político, para, em seguida, abordarmos sua atuação eleitoral. Em nossa conclusão, salientamos o alcance e a limitação que representou assumir-se como “candidato evangélico”.

Palavras-chave: Evangélicos e mídia; pentecostalismo; mídia e política.

ABSTRACT

Media, religion and politics: the candidacy of Anthony Garotinho and the evangelization of the presidential campaign. In the general elections of 2002 the evangelization of Anthony Garotinho campaign for president was pointed out in the press. His case is understood as an interesting example where the media and the politics reach an interection by the means of religion. Initially we present a brief profile of the politician, and after that an approach on his electoral performace. In our conclusion, we point out the campaign's reach as well as its limits once the politician assumed a position of an “evangelical candidate”.

Keywords: *Evangelicals and media; pentecostalism; media and politics.*

RESUMEN

Medios, religión y política: la candidatura de Anthony Garotinho y la evangelización de la campaña presidencial. En las elecciones generales de 2002 la evangelización de la campaña para presidente del candidato Anthony Garotinho mereció prominencia en la prensa. Entendemos su caso como ejemplo interesante donde medios y política si relacionan por intermedio de la religión. Presentamos inicialmente un breve perfil del político, para después acercarnos de su acción electoral. En nuestra conclusión, precisamos el alcance y la limitación que representaron para él asumirse como “candidato evangélico”.

Palabras clave: *Evangélicos y medios; pentecostalismo; medios y política.*

Nas eleições gerais de 2002, mereceu destaque na imprensa o desempenho e a atuação do candidato do Partido Socialista Brasileiro (PSB) à Presidência da República, Anthony Garotinho. No início do horário eleitoral gratuito, apresentou-se como estadista e posou ao lado de figuras históricas como Getúlio Vargas e Juscelino Kubitschek. Durante a campanha, destacou-se por possuir um discurso mais duro em relação ao sistema financeiro, por seu comportamento de “franco-atirador” nos debates e, principalmente, devido a sua filiação religiosa: evangélico.

Fez parte de sua estratégia, evangelizar a campanha. Toda uma estrutura paralela foi criada no interior da comunidade evangélica, possuindo a mídia, especialmente o rádio, importância central nesta construção. Desde 1999, era possível identificar articulações em torno de uma possível candidatura de Garotinho à Presidência e, nesse processo de nacionalização do seu nome para a viabilização da campanha, a veiculação de programas em emissoras de rádio evangélicas.

Neste artigo, abordaremos elementos que caracterizam a atuação de Garotinho. Compreenderemos o caso como um interessante exemplo em que mídia e política se encontraram intermediadas pela religião. Inicialmente, apresentamos um breve perfil, para em seguida citarmos sua atuação eleitoral, o uso da mídia e a evangelização da campanha. Por fim, em nossa conclusão, salientamos o alcance e a limitação que representou assumir-se como “candidato evangélico”.

Garotinho: radialista, político e evangélico

Nascido em Campos - cidade de 400 mil habitantes no norte do Estado do Rio de Janeiro - em 1960, Anthooy William Garotinho Matheus de Oliveira é de família de classe média baixa. Seu pai, um advogado, faleceu quando Garotinho tinha 15 anos e, nesse contexto, sua mãe sofreu de depressão. Foi criado por seu avô, um pequeno comerciante libanês, com quem manteve boa relação. Com a perda do pai e a doença da mãe, acabou se tornando um “adolescente rebelde”. Acabou canalizando suas energias para o teatro amador e para a militância estudantil, tendo sido convidado a participar, como líder do grêmio da escola, do Partido Comunista (PC). Foi no movimento estudantil, durante a ditadura, que iniciou suas atividades políticas.

Nos estudos chegou a cursar técnico em contabilidade, mas foi o teatro a primeira paixão levando-o ao Rádio. As peças escritas e encenadas por Garotinho, em Campos, caracterizavam-se pela preocupação social, provavelmente fruto de seu envolvimento com grupos relacionados ao Partido Comunista na cidade. Com 16 anos, ao falar em uma rádio para divulgar uma peça que encenava, foi convidado a tornar-se locutor da emissora. Sua semelhança com um famoso radialista carioca chamado Garotinho lhe conferiu o mesmo apelido.

Segundo Garotinho, a popularidade de seu programa foi importante na organização da primeira greve dos cortadores de cana de Campos, após a abertura política, participando na mobilização. Dessa época, lembra-se da importância de sua participação no rádio e nos piquetes em frente às usinas: “*usei o*

meu programa para denunciar a oligarquia de Campos e organizar o povo através de sindicatos para quebrar a hegemonia dos usineiros” (Entrevista, 10/04/2002). O sindicato dos trabalhadores rurais acabou desempenhando importante papel para o início de sua carreira política, saindo candidato a vereador pelo PT. Mesmo sendo o mais votado, não se elegeu devido ao baixo quociente eleitoral conseguido pelo partido.

Como retaliação, após as eleições, não conseguiu emprego em mais nenhuma emissora na cidade. Para conseguir um horário e continuar trabalhando em rádio, seria necessário alugar um horário. Para tanto, foi solicitar ao governador recém-eleito Leonel Brizola¹ um patrocínio do banco estadual (Banerj). Além de conseguir o patrocínio, Garotinho também decidiu trocar o PT pelo PDT em 1983, por considerar o partido em Campos um “grupinho sectário”.

Nas eleições de 1986, então com 26 anos, foi eleito deputado estadual alcançando 36 mil votos. Em 1988, foi lançado como candidato das oposições à prefeitura para derrotar a oligarquia canavieira de Campos e acabou ganhando as eleições. Como prefeito, manteve, durante todo o seu mandato, um alto índice de popularidade.

Ao terminar seu mandato, assumiu a Secretaria Estadual de Agricultura, cargo em que permaneceu até 1994, quando foi escolhido para ser candidato ao governo do Estado. O desgaste do brizolismo no Estado era grande, associado agora fortemente por seus opositores ao banditismo e à incompetência administrativa. Sua campanha caracterizou-se pelo afastamento da desgastada figura de Brizola e, con-

tra os prognósticos, acabou chegando ao segundo turno, quando perdeu por pequena margem de votos para o ex-brizolista Marcello Alencar do PSDB.

É durante a campanha que, segundo Garotinho, ocorre o fato mais importante de sua vida. Entre uma viagem e outra, pelo interior do Estado, seu carro sai da pista e ele é lançado para fora do veículo. Gravemente acidentado, é levado para um hospital onde é operado por várias horas. Durante a sua recuperação é que acontece sua conversão, como relata em seu livro *Virou o carro, virou a minha vida*:

“Às 3 da manhã, no quarto do hospital, recém-operado, pude ver o acidente passando na minha frente como se fosse um filme, cada detalhe. (...) Sentia que era algo sobrenatural, da parte de Deus. Aquela visão me fez entrar numa crise convulsiva de choro. Chorei várias horas naquela madrugada, mais do que todas as vezes que chorei em toda a minha vida. E eu sentia algo quente queimando dentro de mim” (p. 34).

Após a derrota, Garotinho precisava reorganizar sua vida. Opta por continuar morando no Rio de Janeiro, onde retoma a profissão de radialista. Em 1996, voltou a residir em Campos, onde foi lançado candidato a prefeito. Havia certa resistência a seu nome como candidato por ele estar afastado da cidade, como consequência do estabelecimento de sua vida profissional e política fora da cidade. Mesmo assim, sai vitorioso ainda no primeiro turno, com 74% dos votos.

Nas eleições para governador, em 1998, Garotinho sai novamente candidato tendo o importante apoio do PT o que acaba lhe garantindo um número de votos na capital que não obteve no pleito anterior. Sua imagem vinculada ao fato de ser do interior, de ter como nome um diminutivo “Garotinho”, associado à sua juventude (eleito governador com 38 anos) ao lado do apelido com que é conhecido nas esferas íntimas “Bolinha”, provavelmente contribuíram para sua negação por grande parte da sociedade carioca, especialmente das classes médias e elites.

A atuação política de Garotinho é direcionada para os mais pobres e miseráveis, reflexo de sua longa filiação ao PDT, e que teria na figura do banguela seu target preferencial. Garotinho formou-se dentro do brizolismo respeitando a perspectiva da democracia social ou mesmo dentro do escopo populista. Seu projeto político poderia ser definido pela:

“elaboração de estratégias voltadas preferencialmente para os excluídos de todos os matizes. A opção pelos pobres e excluídos em geral. A estética, centrada na figura expressiva e perturbadora do riso ou grito sem dentes, a boca escancarada do banguela, que representa o homem destituído da potência cívica da cidadania e dos bens que ela implica. [...] Ser brizolista significa ser meio cafona, dessarrumado. Significa estar, premeditadamente, fora dos padrões estéticos supostamente burgueses” (Sento-Sé, 1999, p. 155 e 195).

Uso da mídia e evangelização em uma campanha eleitoral

Pesquisas apontaram que Garotinho mereceu um percentual significativo de votos evangélicos, enfrentando uma série de dificuldades operacionais em sua campanha em um pequeno partido. O uso do rádio foi central em sua estratégia que visava pescar votos primeiramente no aquário evangélico, para depois se aventurar diante da disputa de eleitores em meio ao mar revolto e aberto de uma campanha. Em relação aos evangélicos, investiu pesadamente na Universal e na Assembléia de Deus e afirmou-se entre os pentecostais, voltando também, sua atenção aos batistas e tendo garantido a identificação com alguns outros históricos, ao manter viva sua filiação ao presbiterianismo. Enfim, ele compôs um blend até então inédito para esse setor religioso.

Logo após a vitória para governador, temos a presença na mídia foi intensa. Fora dois programas de rádio, um diário e outro aos sábados, foi possível, durante um curto período de tempo, acompanhar o governador “prestando contas” em um programa de televisão também veiculado nas manhãs de sábado pela TV Record.

Um dos principais locais para a divulgação da idéia da presidência foi o programa de rádio A Paz do Senhor, Governador. O programa era apresentado, diariamente, na Rádio Melodia às 10h50, sendo repetido às 16h e possuía duração média de dez minutos. Totalmente voltado para os evangélicos, nele eram lidas cartas e trechos da Bíblia, além de conversas com o então deputado Francisco Silva sobre as ações do governo. No domingo à noite, Palácio das Laranjeiras, residência

oficial do governador, eram gravados, de uma vez, os trechos que seriam transmitidos durante a semana.

Monitoramos 51 programas transmitidos no final de 1999 e em meados de 2000. Nos últimos quinze dias de dezembro, por exemplo, apareceram em dez programas referências à candidatura de Garotinho à Presidência, o que sempre era questionado por ele num ambiente de cordialidade e diversão. Silva dizia “tô falando” quando em alguma carta alguém falava na possibilidade de ele ser presidente. E ele respondia bem humorado algo como: “*calma, você tá muito afobado... você vai acabar me complicando?*”. Os dois são especialistas no rádio e acabam produzindo um espaço em que, de forma leve e agradável, oferecem entretenimento ao público e recolhem milhares de cartas, endereços que são importantes para as campanhas eleitorais.

O programa era feito a partir da leitura de cartas enviadas a Garotinho, que aproveitava para comentar ações e planos do governo ou para convidar os ouvintes para diferentes eventos relacionados à sua administração ou relacionados a viagens para pregação patrocinadas pela Associação dos Homens de Negócio do Evangelho Pleno (Adhonep). Com o objetivo de tornar sua rádio uma rede nacional, Silva já havia feito acordo com um empresário de São Paulo e a emissora passou a ter sua programação também transmitida lá.

Já no ano de 2000, com maior volume de cartas e vários outros acordos com emissoras de diferentes estados (MG, PE, AL, PB, PA, PR, DF, SP e AM) para a retransmissão, temos somente a leitura dos remetentes (cerca de 20 por programa). Leituras da Bíblia e orações por temas específicos também são

feitas. Na imprensa, eles apareceram como parte da estratégia para a candidatura do governador à Presidência, objetivando fazer o seu nome conhecido fora do Rio de Janeiro. Garotinho nega essa versão:

“Os acordos que ele faz é porque ele tem o projeto de tornar a Melodia uma rede nacional, não é para divulgar o programa. (...) hoje ele só tem [entre deputados] com o Silas Câmara na região norte e com o Mário de Oliveira de Minas [não há mais transmissão em PE e AL] [...] Acho que é negócio de rádio, eu nunca me envolvi com isso. [...] Com o deputado Silas Câmara, tenho que fazer um esclarecimento, não há envolvimento do Francisco Silva. Tanto que eles não transmitem a Rede Melodia. Eles só transmitem o meu programa. As outras rádios, como a de São Paulo, Paraná, Brasília e a de Minas, transmitem toda a programação musical, a Rede Melodia. As rádios do pastor Samuel Câmara transmitem só o programa A Paz do Senhor Governador e é uma deferência a mim, como amizade minha com ele” (Entrevista, 10/04/2002).

Ao analisarmos as cartas que foram lidas nos programas que monitoramos, encontramos algumas interessantes informações: 40% delas foram escritas por membros da Assembléia de Deus e 20% por batistas, confirmando a maior adesão dessas denominações - as maiores do Brasil - à emissora (cf. Fonseca, 2003). No período, foram feitas menção a 218 cartas. Destas, 117 foram enviadas de cidades

do Rio de Janeiro, sendo 34 cartas da capital e 35 da região da Baixada Fluminense. Apenas cinco dos que escreveram eram fiéis da Igreja Universal.

Se pelo rádio ele atingia, no final de 2000, oito Estados, com um público potencial de 15 milhões de ouvintes/eleitores (JB, 10/12/2000), suas viagens para pregar também foram recorrentes, tendo ele pregado, em seu primeiro ano de governo, em diversas ocasiões. Durante os dois meses que acompanhamos seu programa de rádio, ele pregou em nove ocasiões, duas em São Paulo, duas em Minas Gerais, uma em Goiás, uma no Mato Grosso do Sul, uma no Rio de Janeiro e duas no Nordeste (Recife e São Luís).

É fato que sua atividade religiosa teve momentos de mais intensidade, como o final de 1999, e momentos de afastamento, quando esteve decidindo a sua transferência para o PSB (final de 2000). O mês de abril de 2001, foi um período em que ele retomou intensamente sua agenda religiosa, motivada pelo lançamento de seu livro-testemunho. Foi realizado um “culto de consagração” na cidade de Volta Redonda (local onde ocorreu o acidente), uma coletiva de imprensa para os jornais e revistas evangélicos, participação em programas de rádio e televisão dirigidos por evangélicos, além de pregações nas convenções da Igreja Assembléia de Deus (em São Paulo) e Batista (no Espírito Santo). O lançamento aconteceu no stand da Sociedade Bíblica do Brasil na Bienal Internacional do Livro.

Os líderes políticos não souberam capitalizar até o momento, de forma tão eficiente quanto Garotinho e sua equipe, uma ação e presença entre os evangélicos.

Garotinho tem feito isto motivado pela sua capacidade de comunicação ao lado de uma assessoria que, de forma competente, tem sabido apresentá-lo a este target. Tudo teria começado com Benedita da Silva que, ao vê-lo falar de sua conversão em uma igreja, aconselhou-o a fazer isso mais regularmente, pois sua fala era “muito sincera”. Político com paixão pelo microfone e animado com a possibilidade de contar sua conversão, dedica-se às viagens onde dá o seu testemunho. Eram agendadas, regularmente, atividades em várias igrejas, sendo a preferência de sua equipe as Assembléias de Deus. Os convites também surgem e dessa forma ele foi compondo uma intensa atividade religiosa.

Quanto eleitoreira foi essa atividade? Parece-me que, para Garotinho, isso não representava uma questão, já que ele mesmo considerava sua administração como um governo-campanha. Mesmo em suas atividades regulares da administração, ele as compreendia como atividades referentes a uma campanha política, chegando a afirmar que viajava muito pelas cidades do interior para que o prefeito local não ganhasse prestígio sozinho graças a uma inauguração feita com recursos do Estado.

Ao comentar se havia um aproveitamento eleitoral do ex-presidente e tradicional político mineiro Tancredo Neves em sua relação com várias irmandades católicas do Estado, o padre e historiador José Oscar Beozzo afirma: *“Eu não vou dizer assim. Tancredo era um homem profundamente religioso. Agora, era um político. Por isso que eu disse que ele entrou em todas as irmandades”* (Dines *et al.*, 2001, p. 56). A mesma

frase, *mutatis mutandis*, aplica-se à relação que Garotinho estabelece com as igrejas evangélicas.

O segredo de seu êxito talvez esteja exatamente na clareza de seu staff do papel eleitoral dessa atividade, aliado ao prazer que ele tem em fazer isso. Durante a entrevista, comentei o quão irresistível para a comunidade evangélica era sua pregação - ponto que trataremos adiante - o que ele no final, uma hora depois, retomou animado: *“Você gostou da minha pregação?”*. Meio sem entender a pergunta, ele lembrou-me de que tinha dito que ele foi “irresistível” na noite anterior. Argumentei que fazia referência ao quanto ele era atrativo para o público evangélico e não ao conteúdo ou forma. Um pouco desiludido, disse: *“Você tem que me ver pregar, aquela não valeu”*. Respondi que já o tinha visto pregar em sua igreja local, no culto de aniversário da comunidade. Ele respondeu empolgado: *“Aquela foi a minha primeira vez, não valeu. Agora estou pregando muito melhor.”*

Suas formulações fundamentadas na idéia de “mudar o homem para mudar o mundo” parecem-me irresistíveis para a comunidade evangélica. Este foi o mote das pregações que Garotinho fez por todo o país. A partir de uma “parábola” ele conta que um professor de geografia atarefado com a correção de provas e após ter sido incomodado por seu pequeno filho, faz um desafio a este na esperança de conseguir um tempo maior de sossego. Ele corta um mapa do mundo, entrega para o menino e pede que ele o monte. Certo da incapacidade do filho para a tarefa surpreende-se ao ver que o menino havia executado a tarefa em pouco tempo. Como isto teria sido possível? O filho

responde que de fato não tinha idéia nem de como começar, até o momento em que viu no verso de uma das peças o braço de um homem. Ao observar os versos das outras figuras foi consertando o homem e no final o mundo também estava consertado. A única forma de consertar o mundo para ele seria por intermédio da pregação cristã a qual, graças ao novo nascimento, formaria novos homens, os quais, então, estariam aptos a tornar o mundo mais justo.

Fora esse apelo por uma maior atividade religiosa dos fiéis, Garotinho mantém sua associação a uma igreja tradicional e se define como professor da Escola Dominical. O somatório destas características talvez confira a ele um apoio maior do que o esperado pela maioria dos analistas que consideram a heterogeneidade evangélica à qual vem, até o momento, sendo bem coberta por Garotinho e sua equipe, garantindo uma significativa receptividade, o que foi demonstrado tanto por sua aceitação entre os evangélicos no Rio de Janeiro - maior do que no conjunto da população - como também em seu desempenho nas eleições presidenciais.

Seu desempenho na campanha presidencial chamou a atenção, pois concorreu com poucos recursos e sem apoio de uma efetiva estrutura partidária. A vitória de sua esposa nas eleições do Rio de Janeiro o manteve em sua plataforma política local. No início da gestão, ocorreram diversas crises, as quais redundaram em mais uma mudança partidária que levou o casal a ingressar no PMDB, ao lado de uma atuação discreta de Garotinho como secretário de segurança pública. A estratégia adotada para a campanha presidencial, provavelmente,

guardava principalmente o desejo de representar um teatro e perceber suas possibilidades. Também havia o cálculo de que, em uma eleição sem polarização e com quatro candidatos destacados, o diferencial evangélico poderia dar condições para uma chegada em segundo lugar, para participar de nova disputa em que novos elementos estariam estabelecidos.

Certamente, Garotinho vivencia aquilo que Richard Sennet chamou de “personalização da política”, característica central da prática política numa sociedade capitalista. Para Saes, teríamos, nesta prática, uma espécie de “populismo *Stricto sensu*”, em que *“o líder político que, na sociedade capitalista, parte em busca de poder obtém credibilidade e legitimidade junto a um certo público não pelo conteúdo das suas ações políticas ou pelos seus programas políticos e sim pelo tipo de homem que ele mostra ser”* (Saes, 2001, p. 73).

Evangélico, pai de nove filhos, sendo cinco adotados, marido que se diz apaixonado e que se define como marido romântico, com uma esposa presente, desinibida e participante, são as marcas que Garotinho vem difundindo na mídia. Para ele, não passam de suas características pessoais, as quais, somadas a uma propalada capacidade administrativa e probidade, formariam o “produto Garotinho”. Sobre a associação de suas práticas ao populismo ele rebate:

“Respondo com a minha história os que me acusam de populista. Quando comecei no rádio usei o meu programa para denunciar a oligarquia de Campos e organizar o povo através de sindicatos para quebrar a hegemonia dos usineiros. [...] Em meu mandato em Cam-

pos eu criei algo muito mais forte que o orçamento participativo do PT que era o Conselho Popular. Em cada bairro da cidade tinha um grupo que discutia em que a população queria que o dinheiro público fosse aplicado ali. Em 1989 Campos chegou a ter 5 mil conselhos. Me reunia com os Conselhos todo o mês e envolvia muito mais gente do que a proposta do PT. [...] Me chamar de populista por quê? Agora, uma coisa que não vou abrir mão, além de ter essa organização que faz com que haja uma democracia participativa, é de uma linha direta com a população” (Entrevista, 10/04/2002).

Definir populismo não é tarefa fácil. Porém, bastanos, no atual contexto, voltar nossas atenções para as abordagens que sublinham o impedimento de uma efetiva participação da população no processo político a partir de uma política de manipulação das massas (Gomes, 1996). Sobre isto, Garotinho foi certo em sua defesa, assumindo-se como político que busca incentivar a participação, contrapondo-se à idéia de manipulação. Interessa-nos, neste momento, indicar que, de um modo geral, a associação de Garotinho a uma política populista - já chamada de “neopopulismo” ou de “discreto populismo” na imprensa - dificilmente não estará associada à sua figura. Tanto pelo discurso e práticas como também por sua origem dentro do brizolismo e, principalmente, pelo caráter popular que adota em sua prática, estando posto constantemente para ele o fio da navalha entre reproduzir ou não práticas populistas em suas administrações e em suas campanhas eleitorais.

Conclusão

Eram dois os principais grupos que ansiavam promover a candidatura de Garotinho. De um lado, aqueles da chamada República de Campos, amigos do círculo íntimo do governador que ocupavam postos-chaves no governo, e, de outro, os evangélicos. As críticas à condução deste projeto partiram de todos os lados, desde o primeiro ano de governo, especialmente daqueles que em algum momento atuaram como aliados.

São comuns as acusações de que Garotinho poria em perigo a democracia por unir Igreja e Estado. Em suas formulações, poderíamos identificar mais uma aproximação da religião com a política, prática recorrente em nossa história, estando ele distante de qualquer estrutura que remeta a uma espécie de teocracia. Para ele, *“dá perfeitamente para conciliar o Estado secular, um Estado que não tenha religião, laico, mas em que cada um, individualmente, tenha a sua fé. Creia em Deus e você possa viver numa sociedade plural”* (Entrevista, 10/04/2002), numa configuração que foi definida por Demerath (2001) como de um estado secular ao lado de uma política religiosa.

Por outro lado, ao defender esta divisão, ao contrário do que prega a Teologia da Libertação, p. ex., ele acaba promovendo separação entre a suas crenças religiosas e a política. A fé oferece alguns indicativos, mas sua real contribuição estaria mais direcionada ao indivíduo e a sua salvação: *“o cristianismo é uma doutrina de vida, uma doutrina social importante, tem ensinamentos políticos importantes que podem ser aplicados. Ensinamentos éticos da maior importância e é, sobretudo, uma preparação para uma outra vida”* (Entrevista, 10/04/2002). Compreensão do papel da religião, completamente fora da prática política,

e que fica explicitado em sua pregação. Realidade que se aproxima da prática encontrada por Novaes (2001), na qual os pentecostais “religiogizavam” categorias políticas ao mesmo tempo em que as CEBs politizavam categorias religiosas.

Garotinho corre por fora das estruturas eclesiásticas, não precisando sentir-se responsável pela manutenção e ampliação das igrejas evangélicas. Assim, enquanto o corporativismo é um elemento central para os deputados, ligados a Igreja Universal do Reino de Deus, o qual sempre pôde ser relacionado à participação dos pentecostais na política (Freston, 2001), em Garotinho ele não aparece, sendo mais perceptível, em sua ação, a presença de um discurso triunfalista em que, às vezes, ele é apresentado como um escolhido de Deus.

Como pontua Lima (2001), vivemos em uma sociedade “media-centered”. Contexto em que a mídia passa a substituir os partidos políticos, sendo a principal mediadora entre os políticos/candidatos e os eleitores. A mídia passa a ser responsável pela fiscalização do poder público, pela definição das agendas relevantes, pela crítica das políticas públicas, portavoz das demandas da população para o governo. Estar na mídia passa a ser o anseio de todos os políticos e esfera privilegiada de ação, a qual, no caso de Garotinho, encontrou na religião importante ponte para lhe garantir constante presença entre determinado eleitorado.

Político profissional com longa história de militância política e vários êxitos eleitorais, Garotinho e seu grupo identificaram em sua conversão um importante elemento de sua biografia, o qual passou a ser constantemente acionado durante sua gestão como

governador. Nos três anos em que governou o Rio de Janeiro, seu discurso religioso manteve-se presente em sua presença na mídia e ampliou-se no início de sua campanha presidencial, onde buscou angariar o apoio da maior parcela possível de evangélicos, sendo esta uma das estratégias de sua coordenação de campanha.

Sem tradição religiosa, a primeira tarefa foi assegurar a veracidade de sua conversão. Para tanto, dedicou-se a viajar regularmente nos finais de semana para contar o seu testemunho. Profissional de rádio, se aproveitou do meio para se fazer conhecido por intermédio de uma rede nacional de emissoras evangélicas que foi montada a partir do Rio de Janeiro. Dentro desta estratégia, escreveu um livro no qual conta sua experiência de conversão ao lado de alguns casos segundo os quais o fato de ser evangélico o teria influenciado positivamente nas decisões do governo. Em um ano, cerca de 50 mil exemplares foram impressos. Nas diversas viagens que fazia para pregar, contava com o apoio e as bênçãos da Adhonet, empresários que pagavam os seus custos e que, certamente, tinham interesses nessa aproximação.

No início de 2002, foram escolhidos contatos nacionais e foi formado o Movimento Garotinho Presidente. O objetivo seria auxiliar na formação de uma estrutura suprapartidária para a candidatura de Garotinho, não devendo a mesma preocupar-se somente com a campanha entre os evangélicos, mas sim no conjunto da sociedade. Não nos foi possível verificar a extensão e a efetividade dessa proposta, porém parece-nos que, para Garotinho e seu grupo, a comunidade evangélica representou um importante espaço para a conquista de votos e para a viabilização

de uma campanha nacional. A organicidade das igrejas e sua capilaridade social são características que favoreceram essa estratégia.

Bom comunicador e bem assessorado teve acesso a diferentes púlpitos em todo o País. Em suas pregações, abordava tópicos incomuns para a maioria dos fiéis presentes. A questão da justiça social e a condenação da política econômica adotada eram recorrentes, além da identificação dos problemas nacionais e a necessidade de enfrentá-los, porém, seus discursos também salientavam a importância da igreja e da atividade evangelizadora. Esses elementos davam forma a uma mensagem que parecia ser irresistível para boa parte de seus ouvintes da seara evangélica.

Os discursos de Garotinho só foram possíveis no momento em que a presença da religião, na esfera pública, se dá por sua defesa da liberdade individual de consciência, não postulando qualquer tipo de interferência da visão religiosa de mundo para o conjunto da sociedade. A autonomia das esferas é mantida e são exigidas, em diferentes momentos e situações, explicações sobre a existência de mistura da religião com a política, do privado com o público.

Na sabatina promovida pela Folha de S. Paulo (15/08/2002), o tema da religião foi um dos destaques na entrevista com Garotinho; porém, este se esquivou de perguntas específicas sobre como vivenciava sua crença, para então argumentar: *“Sou candidato a presidente e não a pastor”*. Políticos que adotam, como mote de campanha, sua identidade religiosa precisam dedicar-se a questões externas ao conjunto de termos e valores intrínsecos à esfera religiosa.

Nas eleições de 2002, observamos uma nova inserção dos evangélicos na política, o qual se deu de maneira mais organizada, sendo coberto um leque mais amplo de filiações ideológicas a partir das diferentes denominações. Nessa diversidade, poderíamos ter presenciado, por intermédio dos evangélicos - no passado, associados à imagem de conservadores - e da evangelização de uma campanha presidencial com intenso uso da mídia, a eleição de um presidente de um partido que se define como socialista.

Porém, não seria possível para Garotinho somar o “melhor dos dois mundos”, conseguindo, entre os evangélicos, a margem de votos necessários para o ingresso no segundo turno sem com isso aumentar sua rejeição entre os fiéis de outras religiões ou de pessoas sem religião. Numa candidatura a cargo majoritário, a prática de “religiogizar” o discurso político só serve internamente à comunidade religiosa, não sendo plausível assumi-la como bandeira pública. Garotinho tentou fugir dessa caracterização, porém, a estratégia adotada em sua campanha foi colada à questão religiosa. O label evangélico serviu como impulso para a viabilização de sua candidatura ao ser veiculado regularmente na mídia voltada para os evangélicos, entretanto, também acabou por representar impedimento para sua expansão no momento em que a grande imprensa e outras mídias repercutiram sua opção religiosa.

Notas

¹ Nesta união com Leonel Brizola estaria, talvez, a primeira inclinação de Garotinho para os evangélicos. Brizola foi criado por um pastor metodista, apesar de nunca ter adotado essa religião, assume os valores austeros da ética protestante,

sendo percebido por Sento-Sé (1999, p. 163) uma “filiação marcadamente cristã no discurso brizolista. Fazer política numa perspectiva brizolista é, fundamentalmente, assumir com radicalidade a opção pelos pobres e desvalidos”.

² A justiça proíbe que ocorra campanha antes do período determinado pela lei eleitoral.

Referências Bibliográficas

DEMERATH III, Nicholas Jay. *Crossing the gods: world religions and worldly politics*. New Brunswick: Rutgers University Press, 2001.

DINES, Alberto et al. (orgs.). *História do poder: 100 anos de política no Brasil*. Ecoss do parlamento. São Paulo: Editora 34, vol. 2, 2000.

FONSECA, Alexandre Brasil. *Evangélicos e mídia no Brasil*. Bragança Paulista: Edusf; São Boaventura; IFAN, 2003.

FRESTON, Paul. *Evangelicals and Politics in Asia, Africa and Latin America*. Cambridge: CUP, 2001.

GOMES, Angela de Castro. “O populismo e as ciências sociais: notas sobre a trajetória de um conceito”. In: *Tempo*, Rio de Janeiro, v. 1, n. 2, 1996, p. 31-58, dez..

LIMA, Venício. *Mídia: teoria e política*. São Paulo, Perseu Abramo, 2001.

NOVAES, Regina. *A divina política: notas sobre as relações delicadas entre religião e política*. Revista da USP, São Paulo, n. 49, 2001, p. 60-81, mar./mai..

SAES, Décio. *República do capital: capitalismo e processo político no Brasil*. São Paulo: Boitempo, 2001.

SENTO-SÉ, João Trajano. *Brizolismo*. Rio de Janeiro: FGV & Espaço e Tempo, 1999.

* **Alexandre Brasil Fonseca** é doutor em Sociologia pela Universidade de São Paulo (USP), professor adjunto do Departamento de Ciências Sociais e do Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais da Universidade Estadual de Londrina (UEL) e autor do livro *Evangélicos e mídia no Brasil* (2003).

Resenha

Diferentes possibilidades da crueldade

Sônia Pedrosa*

Organizado pelas professoras da Universidade Federal Fluminense (UFF), Ângela Maria Dias e Paula Glenadel, a partir de um congresso realizado em junho de 2003, e publicado em 2004 pela Atlântica Editora, a coletânea *Estéticas da crueldade* possibilita um mergulho aprofundado no tema proposto, a crueldade. Elaborada em quatro partes – teorias da crueldade; crueldade, artes e mídia; as narrativas da crueldade; poéticas da crueldade –, a coletânea materializa em livro (páginas, letras e papel) a virtualidade do tema, transformando em realidade a reflexão sobre questões da natureza humana e realizando em si o próprio “princípio da crueldade”, invocado pelo filósofo Clément Rosset e tantas vezes lembrado pelos autores no livro. A crueza da realidade, indigesta conforme diz Rosset, e o sentido, único ou não, do real são implacavelmente e, em certos momentos, cruelmente destrinchados ao longo das 270 páginas da obra.

“Tudo o que age é crueldade”. A citação de Antonin Artaud em *O teatro e seu duplo* é usada em pelo menos dois ensaios do livro. “Do ponto de vista do espírito, crueldade significa rigor, aplicação e decisão implacável, determinação irreversível, absoluta”, escreve Artaud. Aquilo que age, portanto, o que é enérgico, se confunde com o ser cruel. Assim, agem também, a partir de da

reflexão inicial que se materializa na escrita e no papel, os criadores – filósofos, cineastas, escritores, dramaturgos, poetas – citados pelos autores dos textos. O Marquês de Sade, Clément Rosset, Artaud, Jacques Derrida, Emmanuel Levinas, Michel Foucault, Georges Bataille, Rubem Fonseca, Sérgio Sant’anna, Nélida Piñon e até Camões são personagens que povoam as páginas do livro e são referidos muitas vezes nas diferentes visões de seus vários autores. Nas áreas da literatura e do teatro, a primeira opção dos ensaístas do livro é pelos autores que têm na crueldade a sua matéria-prima, como Rubem Fonseca e Artaud.

Cinema e jornalismo também são examinados à luz da crueldade da realidade. Destaques da segunda parte são: o texto de João Camillo Pena, *Marcinho VP (um estudo sobre a construção do personagem)* – que mostra como o jornalismo pode ser cruel em seu relacionamento com o real –, o ensaio de João Maia, *O cruel: cinema e criatividade*, e o trabalho de Ângela Gandier, *O Invasor de Marçal Aquino: quando os manos e o bacanas cheiram o mesmo pó*.

O texto sobre Marcinho VP na mídia revela, na construção deste personagem, um misto de espetacularização do crime e de reafirmação do lugar reservado ao bandido, ao marginal, na sociedade – onde o personagem abordado não tem voz, apesar dos seus pretensos “declaratórios”, como diz João Camilo Pena. E nos dá a exata consciência do julgamento de valor e da condenação simultânea que aplicamos, implacavelmente (cruelmente, portanto), àqueles que estão à margem das leis da sociedade. Mecanismos estes que se refletem nos espaços onde o senso comum se torna imperativo, como é o caso do jornalismo.

Já os mundos inventados, as “fugas espetaculares para sobreviver de maneira suave” à dolorosa realidade do real possibilitadas pela magia do cinema sintetizam uma das faces do ensaio de João Maia. Em *O cruel: cinema e criatividade*, três filmes são analisados à luz de três diferentes possibilidades de crueldade. No primeiro filme, *Encaixotando Helena*, é apresentada a crueldade do amor. Na análise de outro filme, *Ódio*, comenta-se a uma segunda possibilidade de crueldade, a social, a partir da qual a consciência de violência faz nascer a resistência, “com a invenção criativa de novas possibilidades de vida”. O terceiro filme analisado, *Os cinco sentidos*, levanta “a possibilidade cruel da perda de sensibilidades para viver as coisas do mundo”. Para Maia, se a violência generalizada é uma marca das culturas das cidades, também o são as soluções criativas, os desvios e escamoteações inventados como forma de resistência.

Ao longo dos 23 ensaios do livro, a crueldade será analisada sob os mais diferentes aspectos. O texto de abertura da obra, de Ângela Maria Dias, opta pelo questionamento da estética que privilegia a “culturalização bem pensante da miséria e do desenraizamento”. Através desta, a estetização da penúria e da privação seria, hoje, moeda corrente nos eventos artísticos-midiáticos. Outro tipo de crueldade, a partir das alteridades, adviria do espaço globalizado das influências, onde as tradicionais concepções de identidade nacional perderam a vigência e sobrevem um esforço histórico para forjar um ideal de ego nacional. Segundo Dias, “a voracidade do olhar estrangeiro diante de nossa

condição termina por revelar-se radicalmente inscrita em nossa própria mirada sobre nós”. A injunção gerada pela “ninguendade” do Terceiro Mundo, torna-nos então, segundo Ângela Dias, “estrangeiros para nós mesmos”.

Tanto o texto sobre a construção do personagem Marcinho VP, quanto *O cruel: cinema e criatividade*, de João Maia, e o trabalho de abertura de Ângela Dias apontam para uma outra forma de crueldade: a crueldade da invisibilidade, do não ver. O personagem Marcinho VP, por exemplo, apesar de representado na mídia, não tem voz, é apenas um bandido. A ameaça da perda de sensibilidade nesse mundo de riscos é o tema de um dos filmes analisados por João Maia (*Os cinco sentidos*) e a “ninguendade” a que refere Ângela Dias é justamente esse não reconhecimento da identidade nacional pelo olhar estrangeiro.

A integração de diferentes classes sociais a partir da criminalidade é o tema de *O Invasor de Marçal de Aquino: quando os manos e os bacanas cheiram o mesmo pó*, sobre o romance que, conta a autora, Angela Gandier, virou filme antes de ser romance. Gandier comenta a adaptação do livro de Aquino para o cinema, em filme de Beto Brant, e seus desdobramentos a partir das dificuldades vivenciadas, como a apresentação dos fatos a partir do ponto de vista de um narrador/personagem sem conhecimentos dos acontecimentos futuros. Mas o que a história de Aquino problematiza mesmo é a questão do crime disseminado em todas as esferas sociais. Da mesma forma, Angela Gandier ressalta que, no filme de Brant, a crítica destacou principalmente o encontro inesperado entre

personagens de classes distintas. “Desrespeitando as regras invadindo privacidades, *O Invasor* mostra que, no Brasil, ricos e pobres cheiram o mesmo pó, e se beijam na boca”, anuncia o texto, através da citação de uma crítica de cinema.

A aproximação de diferentes classes e a polêmica que isso ainda gera nas sociedades urbana é encontrada também no trabalho sobre Marcinho VP, quando comenta o episódio da sua amizade com o cineasta João Moreira Salles e os desdobramentos decorrentes, como a exoneração de Luís Eduardo Soares do cargo de coordenador de segurança do governador Anthony Garotinho. Desconfiando que seu telefone estava grampeado, Salles, que fornecia ajuda financeira a VP para que este escrevesse um livro sobre sua vida, ficou com medo de chantagem e buscou aconselhamento com Soares. O conselho dado foi o anúncio à imprensa da bolsa dada a VP, como forma de evitar polêmica maior. Do ponto de vista de advogados consultados não havia problemas legais no ato. O choque da aproximação de classes, no entanto, quando tratado no reino da senso comum, o jornalismo – que na busca por atender às demandas dos leitores não tem muito como escapar do discurso hegemônico – ganha contorno espetaculares. Mobiliza opiniões, agride, repercute, espetaculariza-se, estetiza-se.

O desgate provocado pelo episódio, alardeado e tratado à exaustão na imprensa, resulta na saída do coordenador de segurança. “A cobertura glamourizante e demonizante da mídia, impressionantemente redutora em sua estetização do crime, e desqualificação fácil das contradições do criminoso, é um triste

depoimento sobre o estado do jornalismo brasileiro”, diz a certa altura o autor João Camillo Penna. Uma frase do coordenador do movimento Viva Rio, Rubem César Fernandes, citada por Penna, resume bem o ponto central de seu trabalho: “A bandidagem movimenta-se com desenvoltura e acinte na sociedade, seja no morro ou no asfalto, na planície ou no planalto; chega a ser homenageada nas colunas sociais, mas não tem a legitimidade da pessoa humana”.

Nesse ponto devemos nos remeter a alguns dos textos da primeira parte de *Estéticas da crueldade*, textos que tratam da violência e do potencial destrutivo da racionalidade sem limites da sociedade moderna, uma distorção do projeto iluminista, como diz Vitor Hugo Adler Pereira, em *A lei do silêncio da violência*. Para ele, “a capacidade de lograr o outro e impor sua vontade, principalmente nas situações em que é evidente sua fraqueza, é considerada uma virtude que acompanhará o desenvolvimento do espírito burguês”. Adler conclui que “combater a introjeção pelos oprimidos das racionalizações para a opressão é tirar da sombra explicações que podem se transformar em contradiscursos e ter função liberadora”.

De forma mais enfática, também nesta primeira parte do livro, Jair Ferreira dos Santos, em *Literatura, crueldade e produtivismo*, choca com a exposição inegável da crueldade humana em relação aos animais, nos evidenciando então o caráter *humano* da crueldade. O espetáculo de violência e brutalidade no tratamento de frangos que serão abatidos, descrito no texto, serve para mostrar que a crueldade representa um excesso dentro da própria cultura. “Nós, os homens, somos

os senhores absolutos da natureza e nada pode impedir, se o fim é a nossa manutenção, que sejamos cruéis com as outras espécies”, provoca o autor. Crueldade e produtivismo alcançariam aí, de acordo com o autor uma isenção raramente questionada, representando a primeira um excesso, uma desmedida, “a violência mais alguma coisa, um abuso sem nome introduzindo um gozo que todos fingimos desconhecer”. Por isso, os animais, lembra ele, são violentos, ferozes, mas não cruéis.

Se na terceira parte (As narrativas da crueldade), é principalmente a literatura que fornece matéria-prima para a composição dos trabalhos apresentados, na quarta e última parte, a poesia é dominante, constituindo, no entanto, relatos muito mais herméticos, abstratos. Rubem Fonseca, com sua literatura de linguagem crua, a palavra afiada como arma, “antiplatônica por excelência”, como diz Vera Follain de Figueiredo, é a presença inevitável na terceira parte.

Antonin Artaud reaparece através do trabalho de Renato Cordeiro Gomes, *Narrativa e paroxismo: será preciso um pouco de sangue verdadeiro para manifestar a crueldade?*, que retoma também o tema da crueldade representada no cinema, com livros que viraram filmes, como *O invasor*, de Marçal Aquino, mais uma vez, e *Cidade de Deus*, de Paulo Lins. A discussão gira em torno da evidência de que a crueldade verdadeira dispensa sangue, e se apóia na citação do texto clássico de Artaud, *Le théâtre de la cruauté* de maio de 1933,. Diante do que na época se considerava a ameaça do cinema ao teatro, Artaud propõe “um teatro de ação extrema, que assedie a

sensibilidade do espectador”, e que constituiria assim a aplicação e decisão implacável, a crueldade daquilo que age. Da mesma forma, ao final da leitura de *Estéticas da crueldade*, algo age sobre nós, pois fica nítida e clara a importância do exercício silencioso e contido na reflexão que se encaminha para a ação, aquela que possui em si a potencialidade do cruel.

* **Sônia Pedrosa**, jornalista, é mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação na Faculdade de Comunicação Social (FCS) da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ).

Orientação editorial

Logos: Comunicação & Universidade é uma publicação semestral do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGC) da Faculdade de Comunicação Social da UERJ. A cada número há uma temática central, foco dos artigos principais; trabalhos de pesquisa abordando outros temas serão aceitos a critério do Conselho Editorial.

1. Orientação Editorial

- 1.1. Os textos serão revisados e poderão sofrer pequenas correções ou cortes em função das necessidades editoriais, respeitado o conteúdo.
- 1.2. Os artigos assinados são de exclusiva responsabilidade dos autores.
- 1.3. É permitida a reprodução total ou parcial dos textos da revista, desde que citada a fonte.

2. Procedimentos Metodológicos

- 2.1. Os trabalhos devem ser apresentados impressos em duas vias, acompanhados de disquete ou CD-ROM, gravados em editor de texto Word for Windows 6.0 ou 7.0 (ou compatível para conversão), em espaço duplo, fonte Times New Roman, tamanho 12. Os artigos devem conter de 12 a 15 páginas (incluindo as referências bibliográficas e notas). As resenhas de obras recentes devem conter de três a cinco páginas.
- 2.2. Uma breve referência profissional do autor com até cinco linhas deve acompanhar o texto.
- 2.3. Os artigos devem ser precedidos por um resumo de no máximo cinco linhas, com três palavras-chave e versão em inglês e espanhol.
- 2.4. As citações devem vir entre aspas, sem se destacar do corpo do texto, devendo acompanhá-las imediatamente as notas bibliográficas entre parênteses. Exemplo: (SOBRENOME DO AUTOR, ano de publicação da obra, página correspondente).
- 2.5. Eventuais notas explicativas devem ser numeradas no corpo do texto. É desejável que sejam em quantidade reduzida. Devem ser organizadas em seguida à conclusão do trabalho e antes da bibliografia.
- 2.6. Ilustrações, gráficos e tabelas devem ser apresentados em folha separada, no original, gravados no mesmo disquete ou CD-ROM,

como um apêndice ao artigo, com as respectivas legendas e indicação de localização apropriada no texto.

2.7. As referências bibliográficas, organizadas na última página, não deverão exceder dez obras, obedecendo às normas da ABNT. Exemplo de referência de livro: (SOBRENOME DO AUTOR, Nome. *Título da obra*. Cidade: Editora, ano.). Os títulos de artigos de periódicos devem seguir o mesmo padrão, sendo o nome da publicação em itálico. Exemplo: (SOBRENOME DO AUTOR, Nome. Título do artigo. *Periódico*, Cidade: Editora/Instituição, v.XX, n.XX, p. XX-XX, mês, ano).

