

O verbo se fez post : discurso religioso e cultura pop no espaço virtual

The verb became post: religious discourse and pop culture in virtual space

Bruna Maria de Sousa Santos

Universidade Federal de Campina Grande

Sarah Vicente Cabral da Silva

Universidade Estadual da Paraíba

Bruna Maria de Sousa Santos

Doutoranda em Linguística pela Universidade Federal da Paraíba. Mestre em Linguagem e Ensino pela Universidade Federal de Campina Grande. Graduada em Letras com habilitação em Língua Portuguesa pela Universidade Estadual da Paraíba. Pesquisadora do observatório do discurso e professora efetiva do estado da Paraíba. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4108-2108>

Sarah Vicente Cabral da Silva

Mestranda em Linguagem e Ensino pela Universidade Federal de Campina Grande. Graduada em Letras com habilitação em Língua Portuguesa pela Universidade Estadual da Paraíba (2021). Pesquisadora do observatório do discurso. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0525-3838>

Recebido em:
30/04/2022

Aceito em:
12/05/2023

MAI / JUL 2023
ISSN 2317-9945 (ON-LINE)
ISSN 0103-6858
P. 451-465

RESUMO

O objetivo deste artigo é examinar como o discurso religioso funciona no ambiente virtual, especialmente em sua articulação com a cultura pop. Para proceder às análises, utilizamos a abordagem teórico-metodológica da Análise do Discurso Pecheutiana, empregando ainda os conceitos de espaço significativo (ORLANDI, 2009), redes sociais (RECUERO, 2009), ciberespaço (LEVY, 1999), discurso religioso (MIKLOS, 2012) e (SBARDELOTTO, 2012), e cultura pop (SOARES, 2015). As análises demonstram como o discurso religioso se adapta às demandas do ambiente virtual, valendo-se de elementos da cultura pop para produzir interação, engajamento e identificação com os usuários desse espaço. Em outras palavras, o artigo explora a forma como o discurso religioso se constitui e se (re)configura frente às demandas do virtual, utilizando elementos da cultura popular de modo a produzir sentidos.

PALAVRAS-CHAVE

Discurso religioso. Espaço virtual. Cultura pop.

ABSTRACT

The purpose of this article is to examine how religious discourse works in the virtual environment, especially in its articulation with pop culture. To carry out the analyses, we used the theoretical-methodological approach of Pecheut's Discourse Analysis, still employing the concepts of significant space (ORLANDI, 2009), social networks (RECUERO, 2009), cyberspace (LEVY, 1999), religious discourse (MIKLOS, 2012) and (SBARDELOTTO, 2012), and pop culture (SOARES, 2015). The analyzes demonstrate how the religious discourse adapts to the demands of the virtual environment, using pop culture elements to produce interaction, engagement and identification with the users of this space. In other words, the article explores how

religious discourse is constituted and (re)configured in the face of virtual demands, using elements of popular culture in order to produce meanings.

KEYWORDS

Religious speech. Virtual space. Pop culture.

1. Introdução

O discurso religioso (doravante DR) movimenta-se intensamente na trajetória das sociedades, marcando épocas e povos, e exercendo influência significativa nas práticas sociais. Desde tempos remotos, a linguagem religiosa tem sido utilizada para moldar tradições, orientar comportamentos e regular relações sociais. Mesmo em sociedades mais laicas, é possível notar a influência da religião em valores, crenças e práticas culturais, dessa forma, compreendemos que o discurso religioso é uma força significante na história e na vida das sociedades. Nas palavras de Silva e Nalini (2015, p. 65), essa posição foi perdendo a sustentabilidade à medida que “o século das luzes, com o privilégio da razão” foi tomando espaço na sociedade e na mentalidade dos indivíduos.

Com isso, a religião e a igreja perderam consideravelmente o poder sobre a política e as práticas sociais, muito embora tenhamos observado nos últimos anos uma crescente de pautas religiosas no cenário político brasileiro, que demonstra a ascensão de práticas políticas sustentadas por um viés religioso.

Posta essa breve reflexão, destacamos que não há nesse estudo nenhuma pretensão em aprofundar teorias e discussões de cunho teológico e/ou da história da igreja/religião. Nossa preocupação está focalizada na compreensão do funcionamento do discurso religioso na era virtual. Nesse sentido, observamos o modo como as práticas sociais, mediadas pela tecnologia, influenciam a (re)configuração do DR.

Tendo em vista que, com o advento do século das luzes, a religião perdeu posição central na sociedade, na era da tecnologia, ela encontrou, nos meios de comunicação, uma forma de (re)ascender suas influências, fazendo parte, em grande escala, do cotidiano e das práticas sociais, sem que fosse necessário deslocar os indivíduos até o ambiente eclesial, já que, a princípio, a igreja podia permear a casa dos fiéis pelas ondas do rádio ou da TV.

Dessa forma, não é de se surpreender que esse movimento aconteceria também no espaço virtual, nas redes sociais e na era midiática na qual vivemos. É inegável que esse movimento entre o ambiente empírico e o ambiente virtual tem acontecido com grande potência, quando deslocamos o olhar para o funcionamento do discurso religioso na atualidade. Em tempos midiáticos, nos quais as práticas sociais passam a ser mediadas pelas plataformas virtuais, o discurso religioso, não isento de tempos como estes, é também tomado por essa nova maneira de se movimentar na conjuntura social. Nesse deslocamento no interior do espaço virtual, o discurso religioso fornece aos sujeitos-usuários uma experiência com o divino em um ambiente que não é necessariamente eclesial; e é dessa forma que os sujeitos se significam em sua espiritualidade: por trás de uma tela e após um *click*.

A partir dessa percepção, ao notar a crescente presença desse discurso nas mídias, surge o questionamento que norteia a análise: de que modo as determinações do virtual, em sua articulação com a cultura pop, influenciam a (re)configuração do discurso religioso nas redes? Partindo desse questionamento, deparamo-nos com aspectos que condicionam a hipótese de que, atualmente, o discurso religioso é atravessado por determinantes impostas pelo espaço virtual, as quais permitem entrever a produção de efeitos de atualidade e de identificação pelo viés da cultura pop. Desse modo, para dar consequência à análise do discurso religioso nesse espaço, propomos investigar seu funcionamento, considerando os efeitos de atualidade e o atravessamento da cultura pop no interior desse discurso, o que constitui nossa categoria analítica.

Antes de adentrar às análises propriamente ditas, tecemos breves considerações sobre as noções teóricas que orientam o estudo e apresentamos o dispositivo metodológico construído para o empreendimento analítico aqui proposto.

2. O discurso religioso e as redes sociais

Ao pensar o espaço virtual ou *ciberespaço*, como atribuído por Lévy (2010), como o lugar onde “tudo é possível”, somos levados a refletir sobre o modo de acesso a esse mundo das infinitas e livres possibilidades. É nesse contexto em que observamos a entrada de uma cultura tradicional, ligada ao religioso, nessa nova forma de vida, mediada pelo virtual. Miklos (2012, p.10) elucida que a religião encontrou nesse espaço “um poderoso aliado de evangelização”, reconfigurando seu discurso, movido pelas tensões que esse novo espaço de produção condiciona. Tomaremos, portanto, o conceito de ciber-religião, que o autor desenvolve, para apontar para esse movimento de migração que a religião trilhou ao sair estritamente dos templos, propagando, agora, uma mensagem em paredes de *pixels* e *gigabytes*.

A experiência religiosa no cyberspace implica um metabolismo. Da passagem da comunicação gestual, corpórea, para a imagem plana e bidimensional. Na ciber-religião, o corpo é sacrificado, abolido da experiência religiosa. Esse fenômeno reflete “o espírito do nosso tempo”, pois nossa sociedade despreza cada vez mais os sentidos de proximidade, substituindo-os pelas tecnologias virtuais aplicadas à comunicação. (MIKLOS, 2012, p. 11).

Sbardelotto (2012) contribui com essa concepção do movimento que a religião produz, especialmente na defesa de que o protestantismo, ao deslocar-se do templo religioso – condicionado por suas regras e liturgias –, caminha rumo às regras e condições que o espaço virtual dispõe. Nesse contexto, o espaço virtual é o mediador da produção de sentidos no discurso religioso. Esse novo lugar de produção condiciona um novo modo de discurso, ainda que sem abolir a mensagem tradicional, se reconfigura para atender às exigências que o ambiente virtual impõe, funcionando em um ambiente agora não mais físico, mas como já dito, *desterritorializado*¹,

1 Para Levy (1996), a *desterritorialização* se constitui sob a noção de que os movimentos e acontecimentos no espaço virtual não estão precisamente localizados, o autor afirma que “a empresa virtual não pode ser mais situada precisamente. Seus elementos são nômades,

o qual recebe fiéis ou até não-fiéis, todos conectados, condicionando a produção do discurso religioso – para e sob – um novo lugar e um novo tipo de fiel.

Nesse sentido, Borelli (*apud* SILVA e NALINI, 2015, p.70) acentua que “o discurso religioso é adaptado para um discurso mais midiático, com mais visualidade, mais coloquialidade e menos aprofundamento”. Reconfigura-se portanto, em um discurso religioso-midiático, tomado pelos temas e linguagens que predominam no espaço virtual, condicionado a produzir pelo *outro* que acessa e acessará esse discurso, um *outro* não mais desconectado, isto é “o discurso do sistema se dirige e se refere a um determinado fiel: e assim constrói e atualiza um determinado tipo de fiel” (SBARDELOTTO, 2012, p.125) e “que muitas vezes assume a linguagem do espetáculo, para fazer aparecer o aspecto fantástico e capturar atenção” (MIKLOS, 2012, p.40). Surge assim, um novo modo de produzir sentidos no campo ideológico-religioso, movido por uma nova “condição de vida” que une fé e *bits* por meio das Redes Sociais.

Ao refletir sobre as Redes Sociais, Recuero (2009) defende a ideia de que é pela interação dos usuários das redes que se originam as possíveis comunidades virtuais, e a partir delas pode surgir “a base para formação de comunidades de interesses reais e duradouros” (RECUERO, 2009, p.139). Assim, o que seria outrora uma resposta, um comentário, um *click*, um *like* ou um *follow*, pode tornar-se rapidamente uma comunidade consistente, que não se deterá estritamente ao ambiente virtual, mas a “uma possível rede social que exista na vida concreta de um indivíduo” e “isso equivaleria dizer que a estrutura de comunidade tende a formar-se juntando nós cada vez mais próximos e tende a ficar cada vez mais densa” (RECUERO, 2009, p.148). É assim, então, que o *on-line* invade o *off-line*, os atores se conectam no *on-line*, lá interagem, identificam-se, movimentam-se nas redes, congregam-se em comunidades e, finalmente, realizam-se no espaço empírico (*off-line*), gerando o que Recuero (2009, p. 136) denomina de laços sociais.

É, portanto, sob essa esteira da interação, que se produz e se compartilha o discurso religioso nas redes sociais, na finalidade de tornar o usuário identificado com a produção de sentidos que o discurso religioso produz no ambiente virtual. Para Sbardelotto (2012, p. 15), “a internet é um lugar de experiência”, e é nesse lugar de experiência que se acredita que o seguidor-fiel e o não-fiel encontrem identificação para além do que se sabe ou do que já ouviu sobre o discurso religioso produzido nos templos/espaço empírico. É justamente esse o ponto de articulação entre a religião e a cultura pop, uma vez que, ao se submeter ao virtual, o discurso religioso se abre às suas determinantes atravessadas pela cultura de massa, possibilitando assim, uma conexão entre o sagrado e o profano.

2.1. A cultura pop adentra o discurso religioso

Em primeira instância, o sentido que se atribui à cultura pop é delimitado à

noção de música pop, cinema e tudo o que envolve produção artística, mas, como já dito, o consumo cultural mediatizado é que delinea os elementos da cultura pop, ideia defendida por Soares (2015) ao dizer que:

Como abreviação de “popular” (“pop”), a palavra circunscreve de maneira um tanto quanto clara, as expressões aos quais, de alguma forma, nomeia: são produtos populares, no sentido de serem orientados para o que podemos chamar vagamente de massa, “grande público”, e que são produzidos dentro de premissas das indústrias da cultura (televisão, cinema, música, etc.) (SOARES, 2015, p. 19).

Produzida pela mídia, “a cultura pop é a cultura do consumo midiático *per se*” (BECKO e AMARAL, 2020, p.3). Podemos, então, dizer que a cultura pop abrange o alcance em massa que se produz nas mídias, mas vale destacar que o fenômeno “pop” eclode para além do fator de sua origem midiática, surgindo, sobretudo, a partir do consumo em massa dessas produções/criações no ambiente midiático. Nessa relação de produção e consumo, o sujeito social é parte constituinte no processo de considerar o que é elemento pop. Assim, Becko e Amaral (2020, p.15) tensionam essa perspectiva ao dizer que “há casos de produtos que são criados dentro dessa lógica, mas que não fazem sucesso, não ganham o público, ou seja, não passam a compor a cultura pop em função da não aderência popular”.

Correm sob os trilhos da mídia a cultura pop e os seus elementos, de modo que, ao pensar no alcance massivo que ela abarca, apreende-se que esse alcance condiciona as práticas sociais. Deslocando, portanto, o nosso olhar para o objeto de pesquisa desse estudo, isto é, o discurso religioso, Martino (2015, p.60) afirma que “as narrativas e atividades religiosas não parecem escapar [...] à presença constante da cultura pop em uma sociedade permeada pela cultura pop, pelo entretenimento e pelas mídias digitais.”. O autor considera que o uso dos meios condiciona o estilo, significando dizer que, quando a religião/a igreja faz uso dos meios comunicacionais, da mídia e de seus elementos, adere, assim, ao estilo que oriunda dos meios.

Dessa forma, a cultura pop, enquanto elemento entremeado às redes, permeia o discurso religioso produzido no virtual a partir daquilo que Martino (2015) denomina de “negociação de sentidos” (MARTINO, 2015, p. 60). Segundo o autor, nessa negociação de sentidos, perante as particularidades da mensagem religiosa, é preciso existir limites nessa apropriação de sentido, indicando-nos que, no acesso aos meios midiáticos e consequentemente no uso dos elementos da cultura pop, o discurso religioso seleciona os aspectos que concordem com os pilares éticos-morais da religião. Exemplificando esse raciocínio, Martino (2015, p.61) afirma que “as marcas e convocações do erotismo e da violência, por exemplo, uma das qualidades da cultura pop, parece ser sistematicamente excluída, enquanto modelo, da cultura pop religiosa”. Essa constatação, porém, pode ser tensionada, quando lançamos um olhar analítico-discursivo em certas materialidades do discurso religioso, as quais se apropriam da violência simbolizada em jogos de videogame, como veremos nas análises à frente.

Tais articulações entre elementos da fé cristã e elementos de múltiplas culturas se justificam pela busca secular de propagação dos preceitos religiosos. Assim, a Igreja, seus líderes e fiéis, ao longo da história, procuram relacionar as práticas religiosas às demais práticas e culturas da sociedade.

Nas palavras de Martino (2015):

Os pregadores e missionários responsáveis pela cristianização da Europa a partir do século III eram largamente incentivados a promover uma ampla apropriação simbólica das práticas culturais e religiosas dos povos aos quais eram enviados. O sentido, mais do que estabelecimento de um sincretismo, era facilitar a identificação a partir da utilização ostensiva de símbolos – uma linguagem, portanto – já conhecidos dos potenciais convertidos. Desse modo, se por um lado a ortodoxia doutrinária era um ponto fora de questionamento, por outro, procurava-se uma adaptação constante dessa mensagem doutrinária aos meios disponíveis no momento (MARTINO, 2015, p. 63).

Nesse sentido, o discurso religioso encontra na cultura pop “uma vitrine particularmente eficaz” (MARTINO, 2015, p. 64), e, mesmo mediante negociações de sentido, tensões e pontos divergentes, relaciona-se com ela, superando as incompatibilidades. Se, em outros tempos, o discurso religioso comunicava-se em um estilo por vezes estanque, agora, comunica com representações significativas e atuais, sob as tendências das redes, que atingem o alcance em massa, de modo que nos dias de hoje a fé também é pop.

3. Procedimentos metodológicos: algumas considerações discursivas

No campo da Análise do Discurso, o analista não dispõe de um aparato metodológico dado, uma vez que todo objeto discursivo demanda especificidades próprias de seu funcionamento. Para proceder às análises, portanto, é necessário construir uma metodologia própria, considerando princípios teóricos e procedimentos analíticos (ORLANDI, 2020). Desse modo, os procedimentos analíticos desse trabalho obedecerão a um primeiro tratamento metodológico, que se refere à construção de um arquivo, que, conforme Pêcheux (2014), consiste em um conjunto de documentos que reúne materialidades² a respeito de uma dada questão. O analista, portanto, deve construir o arquivo de modo a reunir materialidades significantes que contribuam para os gestos de leitura que ele faz do seu objeto de análise e, a partir dele, começa a observar as regularidades desse objeto.

De modo a compor o arquivo dessa pesquisa, dedicamo-nos a reunir materialidades significantes do discurso religioso no espaço virtual em vídeos, especificamente no *Instagram*. Para proceder à análise, selecionamos vídeos publicados no perfil do Instagram de líderes/pastores. O primeiro vídeo, publicado pelo Pastor Cláudio Duarte, tem como título “Acredite no leão que tem dentro de você”, em que é possível observar referências ao

2 Tomamos o conceito de “materialidades” segundo as noções teóricas pecheutiana que busca entender a linguagem em relação às condições materiais e sociais de sua produção e uso, visto que a linguagem é um produto da atividade humana e que, portanto, está intrinsecamente ligada às condições materiais e sociais em que é produzida. Dessa forma, sendo a linguagem a materialidade específica do discurso, nos referimos a materialidade pensando nas manifestações da linguagem no discurso. As materialidades são, resumidamente, o discurso em sua relação com a língua e a ideologia, observando-o não como “uma mera superfície na qual os sentidos são projetados, mas sim um espaço de construção e disputa de sentidos, que reflete as relações de poder e as ideologias dominantes” (PÊCHEUX, 1997, p. 121).

clássico filme/animação infantil “Rei Leão” para construção do sermão. O segundo vídeo, que tem como título “Oração é igual a teia do homem aranha”, publicado pelo Pastor Lucinho no *Instagram*, faz referência ao filme norte-americano Homem-Aranha; nele, o pastor relaciona a oração à teia do herói na finalidade de construir sentido para a mensagem emitida. Por fim, no terceiro vídeo, também publicado pelo Pr. Lucinho, com o título “Passando de fases”, há uma menção ao mundo dos *games* e dos jogos para referenciar as fases da vida.

Após a seleção dos vídeos, recortamos sequências discursivas (SD) dessas materialidades, tomando-as como porções indissociáveis do processo discursivo em análise. As SD serão, portanto, observatório do funcionamento do discurso religioso no espaço virtual, o que nos permitirá compreender o processo de construção dos efeitos de atualidade e de identificação pelo viés da cultura pop.

4. Análise do discurso religioso no espaço virtual: produção de efeitos de atualidade e de identificação pelo viés da cultura pop

Partindo do princípio de que o espaço condiciona as práticas e é parte do acontecimento discursivo (ORLANDI, 2009), compreendemos o espaço virtual como o ambiente pelo qual movimentam-se alguns discursos contemporâneos, favorecendo a constituição de sentidos, bem como de a constituição de sujeitos identificados/desidentificados/contra-identificados com determinadas formações discursivas, haja vista que são nessas constituições em que sujeito, por meio das evidências de sentido fornecidas, encontra identificação ou desidentificação que lhe afaste dela. São, pelos recursos da cultura pop, entendidos aqui como parte das condicionantes discursivas no espaço virtual, que o efeito de atualidade é ativado no interior das formações discursivas, produzindo ampla possibilidade de identificação dos sujeitos com o discurso religioso ante suas manifestações no virtual, bem como tomando em consideração que a cultura pop é, por excelência, cultura massiva (SOARES, 2015) que atinge um todo.

É com essa ótica que percorremos o trajeto analítico a seguir, buscando observar os efeitos da atualidade, por meio dos elementos da cultura pop no discurso religioso, bem como compreender a produção de sentidos nesse novo modo de produzir esse tipo de discurso.

Pensaremos nesses efeitos da atualidade, tendo em vista que a cultura pop permeia esse âmbito atual de produção massiva, que acompanha o tempo presente. Por vezes, percebemos que o discurso religioso posto em lugar de antiguidade, tem feito uso das produções atuais (populares/pop) para se aproximar com esse novo modo de experiência por meio dos espaços virtuais, com um público – em grande parte – jovem e, que consome, significativamente, os elementos da cultura pop.

Reativando a noção de cultura pop compreendemos tal noção como “cultura massiva” (SOARES, 2015), que se manifesta a partir dos consumos expressivos numa dada conjuntura social, a qual perpassa, desde elementos midiáticos até a literatura, as produções cinematográficas, a arte, a música,

os *games*, jogos e entre outros. Ressaltamos que são considerados elementos da cultura pop, produções que se originam na mídia, mas que, para além de sua origem, ganham expressividade nos consumos. Retomada essa noção, partiremos para a primeira sequência discursiva (SD1) a ser analisada. Vejamos:

SD1: Quem assistiu o Rei leão? Lembra dele? Lembra quando Simba vê Mufasa, seu pai, morrer numa estourada de gnu? Ele é o herdeiro do trono e seu tio, Scar, diz a Simba que a culpa é dele e Simba foge. Na fuga de Simba, ele encontra um porco e um suricato, Timão e Pumba, que quando vê o leão, diz: Esse cara vai nos comer, então vamos convencê-lo de que ele não é leão. Hakuna Matata! Vamos viver de qualquer maneira. E o leão começa a comer larva, lembra disso? O tempo passou e um macaquinho com um cajado, que devia ser pastor, chega no ambiente e diz a Simba, que agora já é um leão mas que vive de maneira soluta, e diz pra Simba: Eu conheço você, você é Simba filho de Mufasa. Tem um reino te esperando. E ele diz: Não, isso é passado. E o macaquinho pega o cajado e dá uma pancada na cabeça e aí o leão ruge. Porque por mais que tentem convencer você de que você não é quem Deus disse que você é, tem um leão aí dentro de você rugindo. Você é alguém que foi chamado para vencer. Desperta! E quando Simba vai beber água no riacho e ele olha pra o riacho, ele vê a imagem de quem? Do pai. Porque é a imagem do pai que nós devemos refletir.

A SD1 é um recorte de um sermão do Pr. Cláudio Duarte, sob o qual ele publica em seu perfil do *Instagram* especificamente esse trecho, alvo de nossa análise. O vídeo é intitulado: “Acredite no leão que tem dentro de você”, e essa é a mensagem sob a qual o uso dos elementos da cultura pop servirão de base para a produção de sentidos. A animação cinematográfica clássica da Disney, *O Rei leão*, é um forte elemento da cultura pop, que perpassa gerações e tem um alcance expressivo em massa.

No primeiro instante, produz-se uma ativação da memória do público concernente ao filme: “Quem assistiu o Rei leão? Lembra dele?”. É muito provável que grande parte dos espectadores, em algum momento da vida, tenha consumido essa animação, e, de modo unânime, os sentidos são ativados para todos os que ouvem o sermão: o drama da história dos personagens que envolvem a trama, significa no imaginário do outro e nas produções de sentido. É a partir desse ponto que podemos afirmar que um sujeito religioso ou não, alguém que consome o conteúdo cristão ou não, possivelmente se identificará, quase que em primeira instância, com a esteira pela qual correrá a mensagem compartilhada, isto porque a cultura pop atinge em massa, todos públicos.

Na sequência, o pastor reconta o drama que envolve o filme, trazendo a memória do seu seguidor a narrativa em questão, ele reconta estrategicamente retomando os eventos da animação que contribuirá para a produção de sentido. Como em uma escala de altos e baixos, ele reconta apontando para a trajetória que o personagem principal vivencia, isto é, desde a sua jornada como filhote de rei leão, as fases enquanto um filhote “órfão” em uma vida aquém da sua identidade, até ao ponto alto da sua retomada de consciência de quem é. Esse passeio pela jornada de Simba serve como elemento figurativo pelo qual, mais a frente, aparecerá como objeto de comparação.

Na continuidade, produz-se um gesto de interpretação inesperado pelo

público, ao dizer: “Porque por mais que tentem convencer você de que você não é quem Deus disse que você é, tem um leão aí dentro de você rugindo”. O seguidor que ouve essa mensagem nesse ponto do discurso, tende a enxergar em Simba e em sua jornada.

Estrategicamente, o dizer em destaque produz o efeito de identificação por meio da comparação, e é somente pelas condicionantes do espaço virtual que se torna possível encontrar novas maneiras de se identificar e produzir sentidos, sentidos que, segundo o nosso objeto de análise, nascem sob um novo deslocamento que determina os acontecimentos discursivos, construídos a partir de condições de produção específicas e “é assim que sentidos e sujeitos estão sempre em movimento, significando sempre de muitas maneiras e variadas maneiras.” (ORLANDI, 2020, p.34).

Figura 1 – Elementos de “O Rei leão” no discurso do Pr. Cláudio Duarte.



Fonte: Página do *Instagram* do Pr.Cláudio Duarte, 2019³

A figura divina de Deus é associada no discurso à imagem de Mufasa, pai de Simba, que por partes da vida se esqueceu ou quis esquecer que era o herdeiro do reino. A relação de Deus pai com o homem, na imagem de Mufasa e Simba, acontece por meio da “negociação de sentidos” (MARTINO, 2015, p. 60), que o discurso religioso produz a partir do uso de elementos da cultura pop, valendo-se de empréstimos para produzir novos sentidos: “E quando Simba vai beber água no riacho e ele olha pra o riacho, ele vê a imagem de quem? Do pai”.

A negociação de sentido possibilita um estreitamento nas relações de identificação do sujeito face ao discurso religioso; os efeitos de atualidade que a cultura pop fornece possibilitam certa aproximação/interesse do usuário, permitindo uma posterior identificação. Ao dizer: “Porque é a imagem do pai que nós devemos refletir”, o discurso produz sentidos que apontam para um efeito de paternidade na relação entre Deus e o homem. O seguidor, assim, insere-se inevitavelmente na história do clássico, colhendo dela os novos sentidos que contribuirão para o seu conceito de fé e divindade.

Compreendemos, portanto, que, no interior das formações discursivas,

os sentidos significam conforme um pré-construído. Na sequência discursiva analisada, os recursos da cultura pop são mobilizados no discurso religioso de modo a ativar memórias de uma ligação divina entre o homem e seu Criador (o Pai), ressignificando, desse modo, a narrativa fílmica.

Como pudemos perceber, mediante a era virtual, o discurso religioso não ficou imune às determinações das práticas e dos consumos da contemporaneidade e rendeu-se aos elementos da cultura pop/cultura massiva, apropriando-se desses recursos para produzir sentidos. Se voltarmos aos anos 90, período em que as Redes Sociais não eram determinantes nas relações entre os sujeitos, as produções cinematográficas da Disney, não raras vezes, eram consideradas profanas no interior do discurso religioso e, em alguns casos, eram consideradas diabólicas. Em especial, *O Rei Leão*, que se encontra na SD1, foi alvo de críticas por diversos líderes religiosos nos tempos em que animação foi lançada (1995), por conter supostas cenas indevidas e mensagens subliminares que se opõem à mensagem cristã.

Anos depois, o recorte no sermão publicado pelo Pr. Cláudio Duarte, trazendo como referência o filme da Disney, ganhou expressivo espaço nas redes sociais, ressignificando os sentidos para o público religioso. E é sob essa análise que consideramos o espaço virtual como o espaço que reconfigura os discursos e as práticas, de modo que o discurso religioso tomou nova forma a partir das determinantes e enquadres do espaço virtual. Não se opondo ao secular, o discurso religioso, agora, o abraça para que, com ele, seja possível produzir essa aproximação entre religião e público. Sigamos para a próxima análise:

SD2: A oração, gente, é como a teia do Homem Aranha. Quem já viu o filme do Homem-Aranha? Também quem não viu Homem-Aranha, não dá pra assistir pregação não. O Homem-Aranha ele joga uma teia, que ele puxa as coisa pra perto dele. Quando você ora, você vai lá na pessoa assim, busca ela e traz ela pra cá. Nossos parentes podem resistir aos nossos argumentos, mas eles não têm defesa nenhuma contra as nossas orações.

Na sequência discursiva (SD2), o pastor Lucinho publica em sua rede social um recorte de seu sermão que recebe o título de “Oração é igual a teia do Homem-Aranha”, um filme clássico da Marvel, que serve como elemento da cultura pop para a construção de sentidos no discurso em destaque. Já nas primeiras palavras, articula-se diretamente o hábito religioso da oração com o poder de um super-herói (Homem-Aranha). Há aqui uma saturação de sentidos em torno do superpoder e do heroísmo: “Nossos parentes podem resistir aos nossos argumentos, mas eles não têm defesa nenhuma contra as nossas orações”. A oração, como a teia do Homem-Aranha é, segundo o sentido produzido, irresistível e não há quem possa se opor.

Chamamos atenção, ainda, para o seguinte trecho: “Também quem não viu Homem-Aranha, não dá pra assistir pregação não”. Evidencia-se aqui o grau de atravessamento da cultura secular/cultura pop na (re)configuração do discurso religioso, de modo que se condiciona a compreensão do sermão às referências de um filme popular. No dizer em destaque, são exigidos do fiel conhecimentos do mundo pop, demonstrando, assim, o reconhecimento de que junto à reconfiguração desse discurso está também a reconfiguração do fiel, o qual consome conteúdos pop e interage nas redes

para além dos enquadres formais da religião.

Nas palavras de Sbardelotto (2012, p.25), esse novo fiel é um “fiel-internauta”, que partilha e acessa diversas referências midiáticas para produzir sentidos nos discursos que consome nos espaços virtuais. É em função desse novo tipo de fiel, que as mensagens religiosas são recortadas e publicadas nas redes sociais dos líderes religiosos, na busca de fisgar a atenção e produzir sentidos que acessem as referências midiáticas dos fiéis-internautas.

Retomando o trecho em que o pastor faz uso da comparação para relacionar a oração ao superpoder do Homem-Aranha, percebemos na comparação com o elemento da cultura pop a “isca” para produzir o efeito de atualidade e consequente identificação do público jovem, (re)significando as temáticas religiosas para um novo público, que como já mencionamos, é um público cujas fontes e referências são midiáticas. Por isso, “a religião é sempre sentida e praticada em um contexto cultural específico, [mas hoje] articula-se com o ambiente contemporâneo saturado pela cultura pop” (MARTINO, 2015, p. 59).

Os sentidos de superpoderes e heroísmo são ativados quando a oração é comparada ao clássico do mundo *geek*. Pensar oração agora é pensar em superpoder; as condicionantes do espaço virtual permitem e predisõem noções e sentidos como esses, que são originados a partir dos elementos pop. O fiel-internauta é aquele que transita entre as fronteiras dos dois mundos (religião e pop), que se conectam e fornecem sentidos que interagem com a atualidade, possibilitando um novo modo de conceber os pilares da doutrina religiosa para além das paredes tradicionais da religião. Diante dessas fronteiras que se conectam, Martino (2015) contribui afirmando que há um senso comum que aponta para a relação entre religião e cultura pop, como distintas e separadas, mas, se observadas essas práticas que configuram um novo discurso religioso, é possível perceber que há, muito mais um entrelaçamento que se constitui de tensões e articulações, do que uma divisão intransigente entre religião e pop.

O que outrora era afastado desse espaço e se movia em uma atmosfera espiritual e religiosa, com referências distantes do secular, do atual, agora é atravessado por esses elementos que fisgam os sujeitos a uma experiência que continua religiosa e espiritual, mas que, na produção de novos sentidos, torna-se, para os fiéis-internautas, uma experiência mais próxima da possibilidade, à medida que transitam pela religião e pelo mundo pop (midiático). A religião é, portanto, metamorfoseada pela cultura pop, tornando possível a aproximação entre o sagrado e o profano.

Consideramos, portanto, que os recursos da cultura pop reconfiguram o discurso religioso de modo a produzir um efeito de atualidade e de identificação com o universo dos seguidores, estreitando as relações de sentido entre os elementos do pop e a noção religiosa. Prossigamos para a última análise da sequência discursiva (SD3):

SD3: Nós temos que aprender a andar na vida sem surtar. É engraçado que a gente vê as coisas acontecendo na vida do outro, a gente fala assim: É normal, “tá” colhendo as coisas que fez. Mas quando acontece com a gente, dá pulo dessa altura e fala assim: Oh, como que o Senhor deixou?. Ué, eu deixei porque você “tá” vivo e quem “tá” vivo tem que passar por... Não, eu quero jogar o primeiro vídeo game

do mundo sem fase. Irmão, eu jogo vídeo game com o Davi. Vídeo game é a cultura mais inútil do mundo é vídeo game. Você nunca viu uma pessoa jogar vídeo game e falar assim: Nossa, eu “tô” saindo daqui uma pessoa bem melhor nesse jogo, matei muitos aqui no Call of Duty, mas minha alma engrandece ao Senhor, meu espírito se alegra em Deus meu salvador. Mas tem uma coisa que o vídeo game te ensina: passar de fase. Até que chegue uma fase lá na frente onde você foi pegando tantas manhas ao longo do jogo que você pode encarar o chefão. Não queira encarar o chefão sem ter passado pelas fases, porque você não vai aguentar. A vida vai te treinando para desafios cada vez maiores. Quem quer grandes vitórias? Sabe de onde vem grandes vitórias? De grandes problemas.

Pensar nos recursos que a cultura pop dispõe é pensar em um campo que é bem mais abrangente do que se convencionou. Como já supracitado, no início dessa análise, os elementos da cultura pop são elementos que se originam nas mídias, mas que, para além da sua origem, consolidam-se como elemento pop a partir dos consumos expressivos sociais. Isso significa dizer que os *games* são, em grande escala, potentes recursos da cultura pop, de modo que Beck e Amaral (2020), em uma pesquisa que reflete o fenômeno midiático da cultura pop, identificam o mundo dos *games* como a terceira categoria mais influente nas produções e consumos da cultura pop, ficando atrás somente do cinema e da televisão.

Entendido que há nos jogos uma influência significativa no pop, prosigamos para compreender em que medida o dizer construído na SD3 significa para um público que é tomado por elementos do pop. No dizer: “Não, eu quero jogar o primeiro vídeo game do mundo sem fase. Irmão, eu jogo vídeo game com o Davi. Vídeo game é a cultura mais inútil do mundo é vídeo game”, abrem-se possibilidades de interação e produção de sentidos com um outro universo que não é propriamente o universo religioso, mas que assim o faz, na expectativa de integrar mundos, mesmo que, inicialmente, a partir de uma crítica: ainda que, no dizer em destaque, sejam feitas menções que apontem para uma inutilidade dos *games*, o uso dessas referências dos elementos pop contribui significativamente para o efeito final que o sermão produzirá.

No dizer: “Vídeo game é a cultura mais inútil do mundo é vídeo game”, surge um jogo contraditório em que o objeto da cultura pop é, ao mesmo tempo, “inútil”, mas tomado como referência para o sermão. Esse jogo aponta para os aspectos sobre os quais estamos refletindo, ao longo da análise, aspectos que nos fazem pensar sobre a relação constitutiva entre o discurso religioso, por natureza, tradicional, e um discurso tomado pelas condicionantes secularizadas do espaço virtual. No ambiente tradicional e eclesial, ainda há resistência a práticas excessivas que ativam vícios, como práticas de apostas e games. Os jogos de videogame, são, por vezes, criticados por líderes religiosos, pelo motivo expresso no dizer: “*matei muitos aqui no Call of Duty*”. O ato de matar, presente em diversos dos jogos, é religiosamente de natureza pecaminosa, ainda que seja em um ambiente de puro entretenimento, como é o caso dos games. Trazer referências de elementos da cultura pop que afligem a mensagem religiosa seria confrontante. Mas, pelos sentidos mobilizados e pela resignificação do jogo, torna-se “aceitável” o uso de referências como essas, possibilitando estreitar as relações entre o religioso e o secular. Esse é o cerne da contradição que

configura o discurso religioso, atravessado pela cultura pop. Nesse recorte da SD3, a inutilidade/perniciosidade dos games *versus* o ensinamento que proporciona o videogame se confrontam. Esse embate, no entanto, é esfumado no dizer em análise, encaminhando o usuário a refletir sobre o modo como a fé o faz vencer, passar de fase.

Ao dizer: “Até que chegue uma fase lá na frente onde você foi pegando tantas manhas ao longo do jogo que você pode encarar o chefe. Não queira encarar o chefe sem ter passado pelas fases, porque você não vai aguentar.”, produz-se um imaginário no qual a posição do fiel é a de personagem do jogo. Há um efeito metafórico no qual deve-se jogar na vida, como quem joga *Call of Duty*: o importante é vencer, passar de fase pela fé.

Nessa sequência, há uma divindade que convoca para esse jogo, ao construir um possível diálogo entre Deus e o ser humano (“Oh, como que o Senhor deixou? Ué, eu deixei porque você “tá” vivo e quem “tá” vivo tem que passar por...”), de maneira que se produz sentidos que não desassocia a vida cristã com os recursos da cultura pop, pelo contrário, as unifica. São nessas articulações constituídas por embates, dissimulações e negociações de sentidos que o discurso religioso, no entrelaçamento com a cultura pop, reconfigura suas práticas mediante as determinantes do espaço virtual.

5. Considerações finais

Nesse contexto construído a partir das análises realizadas, a perspectiva discursiva nos permitiu concluir as formas como o discurso religioso têm sido construído e disseminado no ambiente virtual mediante os efeitos de sentido que surgem diante das condições de produção desse discurso, dessa forma, o percurso que o discurso religioso tem feito ao longo da história, movimentando-se entre meios e espaços que lhe fornecem possibilidades de se comunicar com o homem, destacamos, neste trabalho, o funcionamento do discurso religioso no espaço virtual, buscando observar os aspectos que atravessam a sua constituição.

Nos gestos de interpretação que realizamos, no zelo de nos mantermos afastados das evidências (ORLANDI, 2020), observamos nesse discurso a produção de efeitos de atualidade e de identificação pelo viés da cultura pop. Nossas análises apontaram para o fato de que esses efeitos são produzidos de modo a engendrar processos de identificação dos usuários ao discurso religioso. Compreendemos, sobretudo, que a produção desse discurso se movimenta do âmbito eclesial para o espaço virtual, constituindo-se de modo específico, tomado pelos enquadres das condicionantes desse espaço. Ao produzir efeitos de atualidade pelo viés da cultura pop, o discurso religioso se dirige a um fiel-internauta, que consome os elementos da cultura pop e, conseqüentemente, produções de origem midiática. Nessa interação com esse novo fiel, produz-se um novo discurso religioso com sentidos movidos para a atualidade, tornando a cultura pop a esteira pela qual percorrem essas produções e geram engajamento e identificação.

A partir da análise dos vídeos divulgados pelos líderes religiosos em redes sociais, é possível notar uma negociação de significados que ocorre na relação entre a religião e a cultura pop. Essa negociação é baseada

na intenção de aproximar o fiel-internauta da mensagem religiosa, possibilitando que ele identifique elementos sagrados que façam parte de sua experiência atual, tanto no mundo físico quanto no virtual. Através dessa aproximação, busca-se estabelecer uma conexão mais significativa e relevante entre a religião e a cultura pop, tornando a mensagem religiosa mais acessível e relevante para o público contemporâneo.

As análises nos levam a concluir que, nessa nova configuração que o discurso religioso assume nas redes, apresentam-se regularidades que remetem ao mundo cinematográfico, à cultura de massa e aos *games*, as quais relacionam a imagem divina com os recursos que a cultura pop fornece. Nessa mesma produção discursiva, identificamos ainda os embates e tensões constitutivos nessa nova configuração do discurso religioso, tensões que se movem entre o religioso e o secular, o sagrado e o profano. Nasce, portanto, uma nova experiência com o discurso religioso, ante a possibilidade de encontrá-lo para além dos púlpitos de madeira, com um novo modo de se movimentar entre as malhas do virtual.

Partindo das análises realizadas, consideramos que esse trabalho lançou luz a uma nova configuração do discurso religioso, que se encontra dividido, dividido entre os púlpitos de madeira e os púlpitos de *gigabytes*, entre o sagrado e o profano, entre o sermão na igreja e a publicação nas redes sociais. Agora, o divino está *on-line*, já que o verbo se fez *post*, abrindo-se ao espaço virtual, possibilitando, assim, que seus seguidores (ou não) possam percebê-lo a menos de um *click* de distância.

Referências

BECKO, Larissa Tamborindenguy; AMARAL, Adriana. **It's a trap**: reflexões acerca da cultura pop como fenômeno midiático. Mato Grosso Sul: Compós, 2020.

FRANÇA, Thiago Alves; GRIGOLETTO, Evandra. Imagens do/no espaço virtual: sobre as condições de produção de ódio no facebook. In: SILVA, Francisco Vieira; ABREU, Kélvya Freitas (org.) **O império digital**: teoria, análise e ensino. São Carlos: Pedro e João, 2018, p. 33-56.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. 3. ed. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo, 2010.

LÉVY, Pierre. **O que é virtual?**. Trad. Paulo Neves. São Paulo, Ed. 34, 1996.

MARTINO, Luís Mauro Sá. Like a prayer: articulações da cultura pop na mídiatização da religião. In: CARREIRO, Rodrigo. FERRARAZ, Rogério. SÁ, Simone Pereira de (org.) **Cultura pop**. Brasília: Compós, 2015, p.57-72.

MIKLOS, Jorge. **Ciber-religião**: a construção de vínculos religiosos na cibercultura. Aparecida, SP: Ideias & Letras. 2012.

ORLANDI, Eni P. **Análise de Discurso**: Princípios e procedimentos. 13. ed. Campinas: Pontes, 2020.

ORLANDI, Eni. P. Historicidade, indivíduo e sociedade: o sujeito na contemporaneidade. In: INDURSKY, Freda; FERREIRA, Maria Cristina; MIITTMAN, Solange (org.). **O discurso na contemporaneidade: materialidades e fronteiras**. São Carlos: Claraluz, 2009.

PÊCHEUX, Michel. Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio. Tradução: Eni Puccinelli Orlandi *et al.* 5. ed. Campinas, SP: Unicamp, 2014.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. (Coleção Cibercultura).

SILVA, C; NALINI, L.E.G. Religião e mídias sociais: a disseminação do discurso religioso no Facebook. **Revista Panorama**. Goiás, v.5, n.1, p.65-75, jan./dez. 2015.

SBARDELOTTO, Moisés. **E o verbo se fez bit: a comunicação e a experiência religiosa na internet**. Aparecida, SP: Santuário, 2012.

SOARES, Thiago. Percursos para estudos sobre música pop. In: SÁ, Simone Pereira de; CARREIRO, Rodrigo; FERRARAZ, Rogério. **Cultura pop**. Brasília: Compós, 2015.