

ANNA MARIA SALUSTIANO DE ANDRADE LIMA

**UMA NETNOGRAFIA DA PARTICIPAÇÃO DA VIDA NA FÉ,
NOS TERREIROS DE CANDOMBLÉ E UMBANDA,
EM PORTUGAL**

Orientadora: Prof.^a Doutora Maria Cláudia Silva Afonso e Álvares

**Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias
Escola de Comunicação, Arquitetura, Artes e Tecnologias da Informação (ECATI)
LISBOA
2022**

ANNA MARIA SALUSTIANO DE ANDRADE LIMA

**UMA NETNOGRAFIA DA PARTICIPAÇÃO DA VIDA NA FÉ,
NOS TERREIROS DE CANDOMBLÉ E UMBANDA,
EM PORTUGAL**

Tese defendida em provas públicas para obtenção do grau de Doutora no Curso de Doutoramento em Ciências da Comunicação, conferido pela Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, perante o júri, no dia 20/01/2022, pelo Despacho N.º: 320/2021, de 16 de Novembro de 2021, com a seguinte composição:

Presidente:

Prof. Doutor Mário Caneva Moutinho - Reitor da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias (ULHT);

Vogais:

Prof. Doutor Donizete Aparecido Rodrigues – Universidade da Beira Interior, UBI;

Prof. Doutor José Manuel de Brissos Lino - Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, ULHT;

Prof. Doutor José Manuel de Figueiredo Gomes Pinto - Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, ULHT;

Prof.^a Doutora Maria de Lurdes de Sosa Macedo - Universidade Lusófona do Porto, ULP;

Prof.^a Doutora Marina Mendes de Almeida da Cunha Pignatelli - Universidade de Lisboa, UL;

Prof.^a Doutora Rita Sofia Grácio Alberto – Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, ULHT;

Orientadora:

Prof.^a Doutora Maria Cláudia Silva Afonso e Álvares - Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE)

Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias

Escola de Comunicação, Arquitetura, Artes e Tecnologias da Informação (ECATI)

LISBOA

2022

AGRADECIMENTOS

Foi uma jornada desafiadora, com inúmeras pedras para serem retiradas o tempo todo, na tentativa do avanço constante. Trabalhar 40 horas por semana, em alguns períodos, até mais, e desenvolver uma tese, é algo com um mérito e um esforço que vai além de qualquer palavra, definida no vocabulário. Com um adendo importante, vivendo distante, em outro país, sozinha, sem nenhum suporte, sem nenhuma segurança perto, que eu pudesse abraçar, só abraçar nos dias mais cinzentos. Não fosse o apoio fundamental de algumas pessoas, talvez esta tese não tivesse chegado ao fim. Ao olhar para este trabalho, os olhos enchem-se de lágrimas por lembrar o tanto que foi feito para se chegar até aqui. Foi uma viagem bonita, repleta de paisagens deslumbrantes, escuras, sombrias, ensolaradas e chuvosas, como é daquelas viagens inesquecíveis para as nossas mentes e corações. Sim, porque sensibilidade repleta de sentimentalismo estão tão presentes nas maiores decisões da minha vida. Com a tese não podia ser diferente. Pois bem, aqui, quero deixar registada alguns nomes essenciais para os meus dias e para a realização desta tese.

A quem me gerou e optou por me dar à vida. A mainha, Zizi Salustiano, a quem eu estou imensamente grata por quem eu sou, e pela mulher que eu me torno todos os dias. E mesmo ela estando no Brasil, eu só tenho a agradecer o suporte e a força dela, que são inspiradoras para mim, onde quer que eu vá. O apoio que ela deu, foi e é fundamental, pra que eu conseguisse e consiga morar tão longe de casa. Por também ter sido dela a ideia de estudar Candomblé, quando eu ainda morava no Brasil, entre os anos de 2007 e 2008. Pelo privilégio de tê-la como mãe. Muito obrigada.

Às forças regentes do universo, às energias, aos espíritos de luz, aos anjos, aos nossos caboclos, guias, orixás, ao nosso discernimento e a consciência de optarmos por fazer um trabalho que naturalmente, carrega um simbolismo e uma força de sentido difícil, alguma vezes, de explicar. E que por causa disso, cria uma resistência também dentro da academia. É exatamente neste ponto, em que os desafios parecem se erguer todo o tempo, que ganhamos coragem para ir adiante.

À minha orientadora, Cláudia Álvares, pela bravura, humanidade, firmeza, nobreza de caráter e profissionalismo, em abraçar comigo a tese. Pela oportunidade que o destino me deu para conhecer uma pessoa tão generosa, atenta às nossas dores, às nossas sensibilidades. Pela mulher que Cláudia é, e por constituir a minha maior referência na academia portuguesa. Meu infinito obrigada.

À minha família, meu irmão (Junior Lima), que perguntava com frequência como andava a tese. Aos tios, à minha avó, que se mostraram tão resistentes na minha vinda para Portugal, mas que são peças fundamentais para a minha base de sustentação, coragem e bravura.

Ao meu namorado, Guillaume Laurent, que mesmo vivendo longe, me apoiou dentro das limitações das linhas geográficas.

Aos colegas de trabalho, com quem compartilhei por vezes, a dificuldade de se elaborar uma tese trabalhando, num país distante, com inúmeras outras responsabilidades e que algumas vezes, alimentava-me de otimismo e de palavras de conforto para eu continuar. Aos amigos próximos que compartilharam comigo a dureza, o ouvir falar nas minhas noites de sono, na solidão da escrita de uma tese e nos desafios apresentados. Em especial, ao Bruno Pinto pela ajuda com as traduções.

A ialorixá, Sílvia e ao babalorixá, Carlos, do TUTO, em Aveiro, e ao babalorixá, Pedro Brandão, do Templo Urubatão, na Malveira, foram fundamentais para que eu compreendesse melhor as religiões aqui, em Portugal.

Aos professores, funcionários da Universidade Lusófona que contribuíram efetivamente para que eu caminhasse dentro da instituição, em especial, a Luis Lopes, dos serviços acadêmicos e a Catarina Costa do Sase. Ao professor Manuel Damásio pela concessão da bolsa que me possibilitou desenvolver esta tese. Meus mais sinceros agradecimentos e meu respeito. Meu muito obrigada a todas e a todos que fizeram com que esse caminho se tornasse viável. Como dizem na linguagem da crença, numa espécie de saudação, bons fluidos, de força e de vida, para os próximos projetos, axé!

RESUMO

Imersos numa sociedade pautada pelas regras do consumo, todos nós, queiramos ou não, necessitamos de estar predispostos a nos “adequarmos” às exigências de um tempo guiado pelo lucro. Com a religião, os interesses mercantilísticos não são distintos, o que a torna em algo que transcende e legitima o discurso que também é social. Através da prática do culto, esta reaviva o local de origem do imaginário diaspórico, imprime-se um carácter associado à redefinição da pertença cultural e histórica dos indivíduos, construída fora da ligação territorial, fixa e nacional. Para tal, contribuiu a comunicação transnacional que derrubou as barreiras nacionais, dando expressão ao modelo que Gilroy designa de «Black Atlantic» (1993), o qual exprime o sentimento de desterritorialização da cultura, com a diáspora a desempenhar um papel importante nesse desenvolvimento. O processo de construção de diásporas é, assim, um domínio semântico mais vasto e igualmente complexo, congregando sentimentos de ambiguidade entre espaço de origem e destino de estabelecimento. Nessa vastidão, que inevitavelmente perpassa o campo tecnológico, apresentamos a composição do contexto religioso e sociocomunicacional do Candomblé e da Umbanda em Portugal, como um fenómeno de ‘Reforma Digital’ (Drescher, 2011), composto por conexão, participação, criatividade, e colaboração voluntária dos usuários, encorajados pelo uso das redes sociais on-line em diversos aspetos da vida diária, incluindo a vida na fé. Num recorte específico dos sites institucionais e de páginas do *Facebook*, focamos o ‘engajamento’ dos fieis, na página do Templo de Umbanda Tenda de Oxóssi (TUTO) localizado em Aveiro, Templo de Umbanda Pai Oxala (ATUPO), em Braga, Terreiro Espiritual de Umbanda, Caboclo Nharauê, localizado, em Coimbra, Lisboa e no Algarve, Templo Lendas de Aruanda, em Leiria e Templo de Urubatão, na Malveira, para compreendermos melhor esse universo, em que a audiência será também responsável pela dinâmica das alterações nos espaços on-line e presencial. Procuramos demonstrar a harmonia que existe entre a religião, que utiliza novas tecnologias, e as características da sociedade de consumo da atualidade. Ao longo do percurso, traça-se um caminho na busca pela “terra que mana leite e mel” (Êxodo 33: 3), que neste caso “flui com gostos e compartilhamentos” como metáfora para a abundância digital do lugar que se deseja alcançar.

Palavras chave: Candomblé e Umbanda; Comunicação On-line; Diáspora; Consumo.

ABSTRACT

Immersed in a society conditioned by the rules of consumption, all of us, whether we like it or not, have to be prepared to adapt to the demands of a time marked by profit. As far as religion is concerned, commercial interests are no different, which turns it into something that transcends and legitimates a discourse that is also social. Practices of cult revive the place of origin through a diasporic imaginary. Paul Gilroy (1993), in approaching the concept in the context of African politics and history, imprints a character associated with the redefinition of the cultural and historical belonging of individuals, constructed outside any fixed territorial and national connection. The transnational communication that broke down national barriers contributed to this situation, giving expression to the model he calls the “Black Atlantic”, which expresses the idea of deterritorialisation of culture, the development of which relied heavily on the pivotal role of diasporas. The process of the construction of diasporas is thus a wider and equally complex semantic domain, bringing together feelings of ambiguity between the space of origin and the destination of settlement. In this immensity that inevitably diffuses the technological field, we present the composition of the religious and socio-communicational context of Candomblé and Umbanda in Portugal, as a phenomenon of "Digital Reform" (Drescher 2011), constituted by connection, participation, creativity, voluntary collaboration of users, encouraged by the use of social networks in various aspects of daily life, including life in faith. In a specific section on Facebook pages, we present data concerning the involvement of the faithful in the institutional sites and pages of the Umbanda Temple Tenda de Oxóssi (TUTO), located in Aveiro, and the Umbanda Temple Pai Oxala (ATUPO), in Braga, Terreiro Espiritual de Umbanda, Caboclo Nharauê, localizado, in Coimbra, Lisboa and Algarve, Temple Lendas de Aruanda, in Leiria and Temple de Urubató, in Malveira to better understand this universe in which the audience is also responsible for the dynamics of change in online and face-to-face spaces. We attempt to demonstrate the harmony that exists between religion, which uses new technologies, and the characteristics of consumer society. Along the way, a path is outlined in the search for the “land that flows with milk and honey” (Exodus 33:3), which in this case “flow with likes and shares” as a metaphor for the digital abundance of the place one wants to reach.

Keywords: Candomblé and Umbanda; Online Communication; Diaspora; Consumption.

ABREVIATURAS E SIGLAS

ATUPO - Associação Templo de Umbanda Pai Oxalá

SNSs - Social Networking Sites

T.E.U - Templo Espiritual de Umbanda

TUTO - Templo de Umbanda Tenda de Oxóssi

U&G - Usos e Gratificações

ÍNDICE GERAL

ÍNDICE DE FIGURAS	9
INTRODUÇÃO	13
1. CAPÍTULO 1 - CANDOMBLÉ E UMBANDA: A FORÇA DA FÉ	17
1.1 O que é o Candomblé?	17
1.2 Aspectos de uma religião brasileira, a Umbanda	23
1.3 O conceito nação construído sob o olhar da diáspora numa netnografia sagrada	30
1.4 Diáspora, substantivo feminino	34
1.5 Imaginário social nas comunidades imaginadas	43
1.6 Religiões em tempos de pandemia	51
2. CAPÍTULO 2 - REVISÃO DE LITERATURA	58
2.1 Os media como dispositivos técnicos que serão reconfigurados a partir dos nossos usos	62
2.2 Comunicação e consumo numa vertente simbólica	66
2.2.1 “ <i>Believing without belonging</i> ” Grace Davie (1990)	73
2.3 Teoria dos Usos e Gratificações	80
2.4 Usos e Gratificações hoje	91
2.5 O que podemos chamar de audiência?	94
3. CAPÍTULO 3 - METODOLOGIA - A COMUNIDADE DO CANDOMBLÉ E DA UMBANDA NA REDE, EM PORTUGAL	103
3.1 A metodologia proposta: Netnografia de uma identidade coletiva nos terreiros de Portugal	103
3.2 A netnografia e a teoria das placas tectónicas	108
3.3 Vestimos branco e fomos à celebração de Ogum, em Aveiro	116

3.4. O som dos atabaques no ciberespaço	120
3.5 O TUTO nas redes sociais	123
3.6 Entre as atividades do TUTO no online, estiveram os ciclos doutrinários	126
3.7 Os rituais aos orixás também podem ser assistidos a partir de casa, pela plataforma Zoom	129
3.8 O aviso da reabertura do terreiro, durante a flexibilização da pandemia, é colocado nas redes/TUTO na internet	133
3.9 O nosso olhar também vai para o site institucional/	134
3.10 ATUPO no Facebook	145
3.11 O que nos traz o site institucional ATUPO	161
4. CAPÍTULO 4 - ANÁLISE DOS RESULTADOS	169
4.1 O sagrado nos bits	169
4.2 Análise da página no <i>Facebook</i> , Terreiro Espiritual de Umbanda, Caboclo Nharauê	177
4.3 A “nossa vista de olhos” em relação ao site do Templo Espiritual de Umbanda Caboclo Nharauê	190
4.4 Templo Lendas de Aruanda	199
4.5 Site do Templo Lendas de Aruanda	206
4.6 “Mojubaré irmãos do Templo de Urubatão”	211
4.7 Site do Templo de Urubatão	231
4.8 “Um para um” e “um para muitos” se desfaz na internet?	233
4.9 Os limites de uma frágil democracia	237
4.10 Cultura cívica e discussão política	238
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	240
6. REFERÊNCIAS	248
7. APÊNDICES	265

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Sozinho, devido à pandemia, Papa Francisco concedeu a bênção <i>Urbi et Orbi</i> , durante a Páscoa, no Vaticano	53
Figura 2	Quem são e onde estão estruturadas as maiores religiões do mundo	56
Bloco de figuras 3, 4, 5 e 6	Celebração de Ogum, no TUTO	119
Figura 7	Templo de Umbanda no <i>Facebook</i>	123
Figuras 8 e 9	Sessão de Umbanda: Entidades Ciganos e comentários	125
Figura 10	magem da Ialorixá, Sílvia Fernandes, no ciclo doutrinário	128
Figuras 11 e 12	Recorte dos comentários dos internautas	128
Figuras 13 e 14	Imagem do ritual a Ossayín com a Ialorixá e o Babalorixá do TUTO	132
Figuras 15 e 16	Internautas interagem com a página do TUTO no <i>Facebook</i> .	132
Figuras 17 e 18	Abertura do terreiro, e os procedimentos para participar presencialmente	134
Figuras 19 e 20	Internautas perguntam, a Ialorixá responde	134
Figura 21	Revista TUTO	137
Figura 22	Jornal “Mitos da Umbanda”	138
Figuras 23 e 24	Galeria de fotos	138
Figuras 25	Calendário TUTO	141
Figuras 26 e 27	Ritual cigano e comentários que dizem respeito	146
Figuras 28 e 29	Local onde ficam os santos e os comentários dos internautas	148
Figuras 30 e 31	Mensagens direcionadas a quem toca os atabaques	149
Figuras 32 e 33	Pai Cláudio e o toque para os boiadeiros	152
Figuras 34 e 35	Festa em homenagem aos boiadeiros e comentários	152
Figuras 36 e 37	Significado de ser Umbanda e comentários dos fiéis	153
Figuras 38 e 39	Gratidão expressa pela mensagem	154
Figuras 40 e 41	Visita do Pai Élcio e comentários	155
Figuras 42 e 43	Pai Cláudio agradecendo a Ogum juntamente com a manifestação virtual	157
Figuras 44 e 45	Cantiga para Exu com a participação dos internautas	158
Figuras 46 e 47	Mensagem do terreiro aos seguidores	159
Figuras 48 e 49	Uma das divindades cultuadas no terreiro, Nanã	161
Bloco de figuras 50, 51, 52 e 53	Página inicial do site ATUPO	163 e 164

Bloco de figuras 54 Inauguração da sede da ATUPO	164
Figura 55 Terreiro Espiritual de Umbanda, Caboclo Nharauê	176
Figuras 56 e 57 Imagens do <i>Facebook</i> do T.E.U	178
Figura 58 Imagens do <i>Facebook</i> do T.E.U	179
Figura 59 Imagens do <i>Facebook</i> do T.E.U	180
Figura 60 Imagens do <i>Facebook</i> do T.E.U	181
Figura 61 Imagens do <i>Facebook</i> do T.E.U	182
Figura 62 Imagens do <i>Facebook</i> do T.E.U	183
Figura 63 Imagens do <i>Facebook</i> do T.E.U	184
Figura 64 Imagens do <i>Facebook</i> do T.E.U	185
Figura 65 Imagens do <i>Facebook</i> do T.E.U	186
Figuras 66 e 67 Imagens do <i>Facebook</i> do T.E.U	187
Figura 68 Imagens do <i>Facebook</i> do T.E.U	188
Figuras 69 e 70 Imagens do <i>Facebook</i> do T.E.U	189
Figura 71 Imagens do site do T.E.U	190
Bloco de figuras 72 Imagens do site do T.E.U	192
Figura 73 Imagens do site do T.E.U	193
Bloco de figuras 74 Imagens do site do T.E.U	194
Figura 75 Imagem do Templo Lendas de Aruanda	200
Figura 76 Imagem do Templo Lendas de Aruanda	201
Figura 77 Imagens do Templo Lendas de Aruanda	202
Figura 78 Imagens do Templo Lendas de Aruanda	203
Figura 79 Imagens do Templo Lendas de Aruanda	204
Figura 80 Imagens do Templo Lendas de Aruanda	205
Figura 81 Imagens do site Templo Lendas de Aruanda	206
Figura 82 Imagens do site Templo Lendas de Aruanda	207
Figura 83 Imagens do site Templo Lendas de Aruanda	209
Figura 84 Imagens do site Templo Lendas de Aruanda	210
Figuras 85 e 86 Imagens do <i>Facebook</i> , Templo de Urubatão	212
Figura 87 Imagens do <i>Facebook</i> , Templo de Urubatão	213
Figura 88 Imagens do <i>Facebook</i> , Templo de Urubatão	214
Figura 89 Imagens do <i>Facebook</i> , Templo de Urubatão	215
Figuras 90 e 91 Imagens do <i>Facebook</i> , Templo de Urubatão	216
Figura 92 Imagens do <i>Facebook</i> , Templo de Urubatão	217

Figura 93	Imagens do <i>Facebook</i> , Templo de Urubatão	218
Figuras 94 e 95	Imagens do <i>Facebook</i> , Templo de Urubatão	220
Figura 96	Imagens do <i>Facebook</i> , Templo de Urubatão	221
Figura 97	Imagens do <i>Facebook</i> , Templo de Urubatão	223
Figura 98	Imagens do <i>Facebook</i> , Templo de Urubatão	224
Figura 99	Imagens do <i>Facebook</i> , Templo de Urubatão	227
Figura 100	Imagens do <i>Facebook</i> , Templo de Urubatão	227
Figura 101	Imagens do <i>Facebook</i> , Templo de Urubatão	228
Figura 102	Imagens do <i>Facebook</i> , Templo de Urubatão	229
Figura 103	Imagens do <i>Facebook</i> , Templo de Urubatão	231
Figuras 104 e 105	Imagens do <i>Facebook</i> , Templo de Urubatão	233
Figura 106	QR code no céu de Shanghai, China, em abril 2021	247

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1	Tipologia internacional <i>media</i> -indivíduo	86
Tabela 2	Tipologias de interação	91
Tabela 3	Resumo das gratificações deste estudo	98
Tabela 4	Quadro sobre as diferenças das Umbandas, segundo o TUTO	145 e 146

1. INTRODUÇÃO

“A música é a língua materna de Deus. Aliás foi isso que nem católicos nem protestantes entenderam, que em África, os deuses dançam. E todos cometeram o mesmo erro: proibiram os tambores. Na verdade, se não nos deixassem tocar os batuques, nós, os pretos, faríamos do corpo um tambor. Ou mais grave ainda, percutiríamos com os pés sobre a superfície da terra e assim abrir-se-iam brechas no mundo inteiro.” (Mia Couto, 2016, p. 65).

As religiões sobre as quais nos debruçamos nesta tese, tem a música, o som, o ruído como um dos principais elementos agregadores de sentido. O Candomblé e a Umbanda apropriam-se efetivamente dos sons que saem dos atabaques, das vozes dos “espíritos” quando são materializados nos corpos dos filhos de santo e nos movimentos corporais gerados pelo som. Os deuses vivenciados possuem aspetos humanos, e como qualquer um de nós, quando escutam algum som estão propícios a movimentar alguma parte do corpo, a dançar.

É com essa vida, trazida pelo movimento, pelo mexer-se, por não ficar num lugar parado, de quem se preocupa em manter os pés no chão, atentos aos sons ao redor, que falamos das religiões afro-brasileiras. Deixando o corpo ser também levado por esse universo musical, em que os ouvidos bem como a mente parecem, num regozijo, satisfazer-se com o que escuta. A alegria proporcionada pelos sons dos atabaques, mesmo a nós que não somos da religião, tem qualquer coisa de divino internamente. Mexe com os nossos sentidos, as nossas estruturas e transforma o cenário em algo mágico. Com esse breve enxerto, com a ideia em nossas mentes, de como os movimentos são essenciais para o nosso objeto, começamos os nossos trabalhos.

Nos tempos presentes tem-se falado com frequência sobre as práticas das religiões nos media, as mudanças trazidas ao longo dos anos e os rumos pelos quais o mercado de bens simbólicos religiosos tem enveredado. Ao observamos com um bocadinho mais de cuidado, perceberemos que o sagrado (re)transforma-se nas realidades distintas, com intuito de seduzir um público amplo, diverso, a quem a mensagem tem potencial para atingir. Por outro lado, a cultura de consumo, em que estamos todos imersos, o aparato da tecnologia, e as possibilidades infinitas da cibercultura tem sido o ponto principal da comunidade científica nos estudos culturais, sociais, e também nos estudos da comunicação.

Dentro da vastidão do campo sobre os estudos da sociedade, cultura e religião, propomos como objetivo geral, investigar o consumo e o campo religioso, em Portugal: a utilização dos grupos candomblecistas e umbandistas nas redes sociais, com ênfase no *Facebook*. Tendo como objetivos específicos: a utilização do sagrado nas redes, nas plataformas digitais, que redimensiona o papel da própria religião e fortalece as identidades num processo que é também de diáspora. Bem como, analisar os posts dos membros efetivos que aderem ao ciberespaço institucional e também, as represen-

tações online das associações como instituições - nas mãos dos líderes dos templos como entidades coletivas. Diante disso, surge a pergunta: Por que propor na área de comunicação uma netnografia sobre o Candomblé e a Umbanda, relacionando com o consumo no meio sagrado, nos terreiros em Portugal?

A essa pergunta podemos mostrar inúmeros posicionamentos, que talvez despertem a atenção por essa pesquisa que combina as estratégias de investigação da epistemologia qualitativa com a netnografia e uma breve etnografia. Como parte ainda, dos objetivos específicos: a netnografia foi usada nesta tese para que existisse um diálogo mais efetivo com a área da comunicação, na medida em que os grupos religiosos, bem como outros, apropriam-se dos espaços digitais, na perspectiva de alimentar as demandas trazidas pela tecnologia, para continuar produzindo sentido, levar a mensagem religiosa a um maior público, por um preço mais acessível e, durante a pandemia, foi uma presença digital necessária para continuar atendendo o público. Efetivamente, por questões de segurança, o isolamento – o ficar em casa – foi “preenchido” pela presença nas redes sociais, cuja utilização, durante a pandemia, cresceu 40%, segundo pesquisa da *Kantar*, marca especializada em pesquisa de mercado.¹

A ocupação das religiões nos espaços digitais, tem saltado aos nossos olhos, em tempo de pandemia, como resultado de diversos imbricamentos, entre eles o progresso científico, uso do racionalismo, a própria secularização e o diálogo com o mercado, em contextos responsáveis pela renovação da religião em tempos de crise e pela busca de consonância com as práticas desenvolvidas por uma sociedade marcada pelo consumo. Práticas que nos interessam aqui, pela solidez com que estão instaladas na sociedade e pela capacidade que têm de se remodelar, segundo as necessidades efêmeras de um mercado que, para sobreviver, necessita constantemente de estabelecer novos diálogos e ofertar produtos inovadores.

E para fechar os nossos objetivos específicos, a religião entrelaça-se com as normas do mercado o que ajuda a fortalecer o sistema capitalista. Campos (1997), em seu clássico “Teatro, Templo e Mercado”, tendo como objeto de análise a Igreja Universal do Reino de Deus, abordou vários aspectos relacionados à união dos *mass media*, da religião e do mercado. O autor postulou que, da manifestação do panorama religioso-midiático contemporâneo, “emergem ideologias, processos institucionais e estratégias de comunicação, que exigem novos perfis de líderes e fiéis”. Nesse sentido, Campos (1997, p.295-296) defende que “a visão de mundo, como um enorme Shopping Center, tende a fundir templo e mercado, propaganda e publicidade, religião e comércio”.

¹ Segundo a pesquisa da Kantar, as redes sociais como: *Facebook*, *WhatsApp* e *Instagram*, tiveram um crescimento de uso de 40% na pandemia, possibilitando que algumas empresas se mantivessem no mercado e gerassem novas oportunidades de emprego. De acordo com a também especialista em pesquisa de mercado, *eMarketer*, a estimativa é de que o número de usuários da internet chegue perto de 1,5 bilhão de pessoas, o que equivale a 21% do planeta Terra ligado a alguma rede social. Disponível em: <https://www.jornalcontabil.com.br/redes-sociais-crescem-40-durante-a-pandemia/> Acesso em: maio de 2021.

Nesses novos dias, a produção de sentido do sagrado é alvo de reflexão por parte de Lipovetsky, quando o autor garante que o consumo com componente estético adquiriu uma relevância tal que constitui um vetor importante para a afirmação identitária dos indivíduos. Coisa quotidiana, o consumo transtético atinge em nossos dias quase todos os aspetos da vida social e individual: à medida que recua a ascendência dos imperativos de classe, comer, beber, vestir-se, viajar, morar, ouvir música, tudo isso se torna uma questão de gostos subjetivos, de emoções pessoais, de opções individuais, de preferências mais ou menos heterogêneas: é uma estética autorreflexiva que estrutura o consumo hiperindividualista (LIPOVETSKY, 2015, p.78).

Com efeito, as religiões tendem a adequar as liturgias ao que os fieis/consumidores querem ouvir, sentir e viver. Criando assim, uma dependência, uma relação de “trocas de favores”, para que aquele indivíduo se sinta contemplado, em estar naqueles espaços. A contemplação é utilizada como mais-valia para que a permanência seja duradoura.

Diante desse cenário inquietante, a religião, cada vez mais, busca dialogar com as demandas de um tempo regido por regras consumistas, disponíveis a um clique, tempo suficiente para convocar e despertar interesse naquele fiel para que ele conheça e busque alguma razão para estar ali.

Foi exatamente a partir dessas dúvidas, inquietações e vontade de buscar resposta – quando à medida que tentamos respondê-las surgem outras –, que nasceu o interesse de escrever esta tese, ancorada na comunicação das redes sociais, de cinco terreiros de Candomblé e Umbanda, em Portugal, com destaque para o *Facebook*, por entender que a plataforma faz parte de um ecossistema mediático religioso. Assim, a partir da epistemologia qualitativa, esta tese é também uma reflexão, e uma construção coletiva do saber, realizada em conjunto com a liderança do Templo de Umbanda e Tenda de Oxóssi (TUTO), em Aveiro e Templo de Urubatão, em Malveira. Ambos, bem como outros terreiros que pesquisamos, tendem a buscar no Brasil referências da crença para vivenciá-la, aqui em Portugal. Num fortalecimento de um processo que conhecemos como diáspora, na perspectiva de um conceito fundamentado à emigração, independente das causas, através de um significado calcado por meio do fenómeno da globalização.

A diáspora é definida pelas conjunturas históricas pessoais e estruturais e o seu poder resulta, em parte, dessas tensões não resolvidas. A identidade cultural é híbrida (por não ser fixa), justamente por resultar de especificidades ligadas às formações históricas, às histórias e repertórios culturais de enunciação, e que pode, assim, “constituir um ‘posicionamento’, ao qual nós podemos chamar provisoriamente de identidade” (CHEN, 1996: 432-433)

As duas religiões, Candomblé e Umbanda, foram escolhidas, num recorte específico, para demonstrar a ligação profícua existente entre a produção do conteúdo religioso, o consumo e os espaços digitais. Os dois grupos religiosos foram escolhidos, com intuito de dar voz aos segmentos colocados à margem da sociedade, numa pesquisa pioneira, em Portugal.

Diante do que foi exposto até aqui, poderão perguntar se: a pesquisadora segue a religião, é adepta do Candomblé, da Umbanda, e qual o grau de envolvimento desta que vos fala? Eu não sigo nenhuma religião, porque não sinto a necessidade de institucionalizar os deuses, as deusas em que eu acredito. As minhas entidades são vividas através das nossas ações, principalmente.

A minha simpatia pelas religiões africanas, indígenas, espíritas, tem raízes distantes, num tempo em que a clareza do sagrado ainda era turva. Com as leituras empreendidas, hoje já consigo dizer que a neblina é menos densa, diante do processo da minha fé, de forma particular. A escolha do objeto deu-se, sobretudo, ao tentar mostrar que na sociedade portuguesa outros grupos religiosos, além do católico maioritário, produzem conteúdos em consonância com as demandas do tempo presente, ao escolherem as plataformas digitais para se expressarem e mostrarem quem são. Além de ser uma crença que se coloca na sociedade como uma denominação que resiste – resiste aos preconceitos dos julgamentos de quem não a conhece, resiste ao tempo, resiste a falta de investimento por parte do poder público, dos meios de comunicação. E talvez, o aspeto principal, com toda esta resistência, os grupos movem o sagrado mediante obras de caridade, projetos sociais, na constante busca por um bem ‘coletivo’.

Foram observações como essas que me motivaram a realizar uma tese sobre esses grupos religiosos, num país que não é o meu, mas cujos líderes religiosos daqui, mesmo sendo portugueses, buscam influências, referências brasileiras para implementar os caminhos sincréticos.

Outro ponto tão importante quanto os referidos anteriormente é o facto de eu, enquanto “formadora de opinião” proveniente da área da Comunicação, poder contribuir efetivamente para um maior conhecimento sobre o tema da religião, tema esse cujas diretrizes – seja diálogo profícuo com os interesses da sociedade de consumo, seja pela presença no on-line – tem adquirido um norte cada vez mais entrelaçado com o campo comunicacional. Como uma estrada de mão dupla, para que o trânsito funcione bem, os dois lados realizam concessões, sugerem ideias, estando o condutor apto a percorrer a estrada, ao conhecer as leis de trânsito.

A tese resulta de uma visão utópica que tem como objetivo defender, no seio da Comunicação, a interdisciplinaridade, a presença de temas que perpassam áreas da Sociologia, Antropologia, Publicidade e Ciências da Religião. Estamos cientes do quanto é difícil, por mais que se fale academicamente da importância de beber de outras fontes, na abordagem de temas que resultam de áreas de confluência. A ocupação do terreno nos espaços on-line permite, efetivamente, cruzar as áreas da Comunicação e das Ciências da Religião. A religião parece ter encontrado facilidades para transitar no terreno das redes sociais, como uma extensão do trabalho desenvolvido diretamente nas casas de culto.

Para compreendermos o que significam as religiões que vamos tratar nesta tese, o Candomblé e a Umbanda, vamos começar por enquadrá-las conceptualmente no nosso primeiro capítulo.

CAPÍTULO 1 - CANDOMBLÉ E UMBANDA, A FORÇA DA FÉ

1.1 O que é o Candomblé?

Quando falamos das influências, da diáspora, compreendida como um dos processos de constituição identitária, somos remetidos de imediato para a ideia do Brasil. Ao falarmos do Brasil, é para lá que vamos, não às caravelas portuguesas, com intuito apenas de explorar, catequisar, doutrinar, matar, extrair as riquezas da terra já habitada, mas no sentido de mostrarmos como desenhamos o panorama, o cenário religioso para nossa pesquisa. Esta última sustenta-se na forte influência dos grupos brasileiros, quando tratamos da Umbanda e do Candomblé do lado de cá do Atlântico.

Para começarmos, vamos procurar enquadrar conceptualmente o Candomblé. É o nome dado na Bahia às cerimónias africanas e representa, para seus adeptos, as tradições dos antepassados, vindos de um continente distante, fora de alcance e quase mítico. Trata-se de tradições mantidas em tenacidade, e que deram aos seus crentes – escravos africanos traficados para o Brasil – a força da manutenção da identidade coletiva, apesar dos preconceitos e do desprezo de que eram objeto suas religiões, além da obrigação de adotar a religião dos seus ‘senhores’. O *Candomblé* torna-os membros de uma coletividade familiar, espiritual, para a qual são atavicamente preparados. Essa forma de organização social proporcionava-lhes uma segurança e uma estabilidade que nem sempre reencontraram na cultura de ingresso. De empregadas domésticas e lavadeiras humilhadas, de carregadores e operários mal pagos, tornam-se filhos e filhas de Deus, respeitados, admirados e cortejados (VERGER, 2012, p. 24).

O modo de celebrar a crença foi levada ao Brasil, em meados do século XVI, pelos negros transportados como escravos², com o objetivo de cultuar as memórias dos antepassados, como forma de resistência, sobretudo. Nesse período, a Igreja Católica proibia o ritual, além de contar com o apoio do governo para criminalizar a prática religiosa vinda da África. Para não deixar de venerar as entidades, ou seja, os Orixás (deuses)³ em que acreditavam, os escravos escondiam-nos dentro dos santos católicos, sendo daí que surgiu o termo apontado por alguns estudiosos como sincretismo, ou seja, os Orixás venerados na religião africana encontram nos santos católicos formas de resistir às perseguições católicas e governamentais.

Neste contexto, chamamos a atenção para as seguintes associações, como por exemplo: Iemanjá, é a deusa que representa as águas salgadas, surge como Nossa Senhora da Conceição no catolicismo; São Jorge, por sua vez, é Ogum; Oxum é Nossa Senhora do Carmo; Santa Bárbara é Ian-

² Os primeiros escravos foram introduzidos no Novo Mundo em 1502, em virtude de um edito real que permitiu o transporte de escravos negros da Espanha para Hispaniola (que, mais tarde, se tornou República Dominicana e Haiti), pois a escravidão não existia na península Ibérica. O costume outrora estabelecido pelos mouros havia subsistido entre os cristãos, e o tráfico implantou-se entre Sevilha, em particular, e os litorais norte e oeste de África. Esses negros, importados para as Antilhas, eram destinados aos trabalhos nas minas, e o padre Bartolomé de las Casas, tendo observado os “bons resultados” obtidos com esses escravos africanos e penalizando-se com o destino dos índios, que não resistiam aos trabalhos agrícolas, “imaginou um meio engenhoso de salvar a vida de seus catecúmenos e, ao mesmo tempo, salvar as almas dos outros”: incitou a coroa da Espanha a autorizar o tráfico dos negros. O tráfico ia procurar em África escravos de todas as origens, de todas as “nações”, e enviava seus navios, especialmente equipados, de Cabo Verde, na costa ocidental, até Moçambique, na costa oriental. As principais regiões do tráfico eram a Costa do Ouro e a Costa dos Escravos, onde os traficantes se abasteciam com negros “sudaneses”, e a Costa de Angola, onde se encontravam os “bantos”. No início da sua permanência forçada nas Américas, tudo os separava, tudo os afastava uns dos outros: as línguas, os costumes, as religiões. Acontecia algumas vezes povos de “nações” outrora inimigas se virem obrigados, a viver juntos, lado a lado, nas mesmas fazendas e engenhos. No entanto, a infelicidade do exílio e da escravidão, suportados em comum, e a vida regrada que levavam davam a todos eles os mesmos hábitos. Esse novo modo de vida criava entre si sentimentos de solidariedade contra aqueles que os mantinham no cativeiro. Havia o risco de que essa unidade de sentimento se tornasse perigosa para os senhores de escravos. Estes, infinitamente menos numerosos, temiam levantamentos e revoltas. Para prevenir esse perigo e dividir os escravos, empregavam-se todos os meios. Recorria-se até mesmo a uma medida engenhosa para suscitar novamente o ódio entre grupos outrora inimigos. Tendo em vista essa finalidade, o governo do Brasil já encorajava os batuques, divertimentos organizados pelos negros nos dias de descanso. Eles se agrupavam novamente e retomavam, com a consciência de suas origens, sentimentos de orgulho de sua própria “nação” e de desprezo pelas nações dos outros (VERGER 2012).

³ Orixá é uma variação da palavra Ori Axé. Ori=mente, cabeça. Axé= força. Pode ser traduzido como Senhor (xá) da cabeça (Ori). Ou seja, aquele que tem a mente forte, ou aquele que foi muito forte. O culto dos antepassados, dos orixás, eram a base da organização nos reinos e cidades africanas de onde saíram os negros, na condição de escravos. Toda a organização partia de uma hierarquia religiosa, em que a autoridade era sagrada, ancestral e todos respeitavam, tendo em vista que o sagrado não era separado das outras relações sociais. Ao mesmo tempo, essa noção de sagrado era diferente da noção hebraico-cristã, em que o bem e mal, o bom e o ruim são manifestações de Deus ou do Diabo. Para o Candomblé, tudo que existe faz parte do todo, criado por Olodumaré (Deus). O “bem” e o “mal” são manifestações de ações humanas e não da natureza ou de Deus. Na concepção do culto, não existe o bem ou mal enquanto ações. Existe o que fortalece, e é positivo, o axé, e aquilo que enfraquece e é negativo o ewó e o ajé. Ao longo de mais de 200 anos de constante chegada de africanos no Brasil, os Ketus, angolas, jejés, nagôs, haussás, tapás, oyós, ijexás, baribas, aon efans, gruncis, entre outros, veneravam antepassados em diferentes formas com diferentes nomes. Assim na Bahia, Recife e Rio de Janeiro, onde houve as maiores aglomerações de negros libertos num ambiente urbano, ex-quilombolas e irmandades negras organizaram-se e constituíram-se os Candomblés. O Candomblé é, portanto, uma organização religiosa brasileira, fruto de um complexo sincretismo de tradições africanas, construído por descendentes de africanos e africanas que representavam os reinos existentes em África até hoje. A hierarquia religiosa e a organização “monárquica” são uma das heranças dessa padronização de culto. O sacerdote ocupa uma posição hierárquica que reproduz as mesmas estruturas dos mini-Estados africanos. O poder é absoluto, soberano e (espiritualmente) hereditário. O conhecimento é transmitido oralmente. O “segredo” é o fator chave da resistência do culto. Por manter-se a tradição do “segredo” dos ritos e sacramentos, a religião dos *Orixás* permanece e perpetua-se com muita força e legitimidade. Informações em: <https://meuartigo.brasilecola.uol.com.br/historia-do-brasil/o-que-candomble.htm> Acesso em: maio de 2021.

sã; e assim por diante. No panteão candomblecista brasileiro estão 16 Orixás, todos eles atrelados a algum santo católico. Segundo Verger (2012, p. 23), cada divindade africana havia sido assimilada pelos santos e virgens da religião católica. Foi assim que, ao abrigo de um sincretismo, as antigas tradições sobreviveram através do tempo.

Os terreiros e templos estão instalados longe do centro da cidade, os de influência *nagô*, de origem nigeriana, incluem ‘peji’, recinto onde estão os altares das divindades, e um barracão, grandes salas destinadas às cerimônias públicas, muitas vezes ornamentadas com estátuas e imagens de santos católicos. Há, além disso, quartos e construções diversas, onde vivem as pessoas ligadas ao terreiro, quando vêm cumprir suas obrigações para com os *Orisa* (Orixá em ioruba, língua do maior grupo étnico nigeriano). A responsabilidade do culto cabe ao zelador ou zeladora, também chamados pai ou mãe-de-santo ou ainda babalorisa ou iyalorisa. Esta função é exercida mais frequentemente por uma mulher, sobretudo nos terreiros de nação *kétou*, ou seja, aqueles que seguem os ritos *nagô*.

Os pais ou mães-de-santo são assistidos por um pai ou mãe pequenos, seus substitutos em caso de necessidade, pelo “alagbe”, responsável pelos atabaques, pelo “asogun” encarregado dos sacrifícios, e pelos “ogán”, dignitários escolhidos entre os simpatizantes dos *Orisa*. Os “ogán” são encarregados da proteção do terreiro e são materialmente responsáveis por seu bom andamento. Há, enfim, os filhos e filhas-de-santo (iyaworisa ou iyawo), dedicados às divindades. Esses últimos são recrutados de diversas maneiras. Durante uma cerimônia, uma pessoa pode entrar num transe violento e cair desmaiada aos pés de uma divindade que está dançando (VERGER, 2012, p.25).

A incorporação é chamada de transe que Bastide (apud VERGER, 2012, p. 87) define como fenômeno de pressão da sociedade e não fenômeno nervoso. Mas o controle social do transe não explica tudo, ou não seria necessário recorrer à psicanálise para compreender esse equilíbrio mental que os devotos de antigas divindades ancestrais ostentam com tamanha nitidez. Dir-se-ia que o transe, ao permitir à personalidade reprimida voltar sob uma forma simbólica, numa atmosfera de alegria e de festa. Se assim for, poderíamos apenas tocar em uma possibilidade, sem intuito de aprofundá-la neste espaço, que o *Candomblé* seria a contrapartida pagã da confissão católica ou, melhor ainda, da ‘cura’ psicanalítica. Em vez de consistir numa confissão falada, ou seja, uma ‘cura horizontal’ sobre um divã dissimulado na penumbra de uma clínica, é representada como cura motora na exaltação muscular da dança.

O transe é um fenômeno exibido depois da incorporação do orixá. Os Orixás venerados nos terreiros são os deuses e estão representados pelas forças da natureza. Possuem personalidades e habilidades distintas, bem como preferências ritualísticas. Na definição de Bascom (apud VERGER, 2012, p. 25), um Orixá é uma pessoa que vivia na terra quando ela foi criada e da qual descendem as pessoas de hoje. Quando esses Orixás desapareceram ou ‘tornaram-

se pedras’, seus filhos começaram a fazer-lhes sacrifícios e a prosseguir com todas as cerimónias que eles mesmo haviam realizado quando estavam na Terra. Seguindo essa linha de raciocínio, Verger (2012) lembra-nos que o Orixá é apenas parte dessa natureza, sensata, disciplinada, fixa, controlável, que forma uma cadeia nas relações dos homens com o desconhecido. Outra cadeia constituiu-se por meio de um ser humano divinizado, que viveu outrora na terra e que soube estabelecer esse controlo, essa ligação com a força, assentá-la, domesticá-la, criar entre aquela e si próprio um laço de interdependência, através do qual atraía sobre si e os seus a ação benéfica e protetora dessa força e direcionava seu poder destruidor para seus inimigos; em contrapartida, esse ser humano fazia a essa parte da força fixa, sedentarizada, as oferendas e os sacrifícios necessários para manter seu poder, seu potencial, sua força sagrada, denominada *Ase*. No culto, tudo termina no Orixá. Ele é o alfa e o ômega, o princípio de onde tudo decorre, e o fim no qual se detêm as cerimónias e todos os ritos.

Sendo o *Orisa* imaterial, ele só pode manifestar-se aos seres humanos através de um deles, que escolheu para servir-lhe de cavalgadura, de médium, geralmente denominado iyaworisa, mulher do *Orisa*; o sexo não está implicado neste nome e o que ele exprime é a idéia de posseção pelo *Orisa*. Essa pessoa também é denominada “adosu”, aquela que foi portadora do osu. O “osu” é uma bola do tamanho de uma noz, formada pelos elementos constitutivos do *ase do orisa*, reduzidos a pó e amalgamados. O “osu” é colocado sobre o crânio raspado do noviço ou da noviça, em determinado estágio de sua iniciação. É a preparação mística de uma base apta a receber o *Orisa* quando ele se manifesta na cabeça de seu “adosu”. São os “adosu” (noviços) que entram em transe, possuídos pelos deuses, durante cerimónias cujo objetivo é provocar sua vinda à terra.

Com efeito, Verger (2012, p. 82) sublinha que ao contrário das ideias de que as pessoas têm a este respeito, uma iniciação não comporta principalmente a revelação solene de um segredo ao noviço, acompanhada de ameaças que visem garantir o seu silêncio sobre as tradições esotéricas que ele é convocado a perpetuar. Neste caso, a iniciação consiste antes em criar no noviço, sob determinadas circunstâncias, uma segunda personalidade, um desdobramento mítico inconsciente, durante o qual ele manifestará o comportamento tradicional do *Orisa*, entendido como ancestral divinizado.

Em resumo, a iniciação consiste, assim, em fazer com que o noviço adquira um reflexo condicionado. Um reflexo não se situa no domínio da razão e só pode ser adquirido, em ligação com seus estímulos, num estado no qual a consciência está obrigatoriamente ausente. Em outros termos, mais conformes à ortodoxia animista, uma iniciação começa sempre por uma morte e uma ressurreição simbólicas, que marcam a ruptura do noviço com o seu passado e mostra seu nascimento para uma vida nova, consagrada à divindade. Essa noção é realçada pela perda do antigo nome e pela imposição, no final da iniciação, de um novo nome. Em África, o nome antigo não pode ser pronunciado voluntariamente sem que se cometa grave sacrilégio; no Brasil, o uso do novo nome permanece

limitado aos grupos de pessoas que se dedicam ao culto das divindades africanas; em Portugal, é igual ao que acontece no Brasil.

Dando seguimento ao que Verger (2012) nos diz, como o período que separa o dia da ressurreição do dia em que o noviço recebe um novo nome, ele parece ter perdido a razão, está mergulhado num estado de embotamento e de atonia mental. De tudo esqueceu, não sabe mais falar e só se exprime através de sons inarticulados. Nesse estado, o noviço é denominado ‘*omotun*’, criança nova. É nesse estado, num espírito despojado de toda lembrança anterior, que lhe serão inculcados os ritmos particulares do *Orisa*, suas cantigas, suas danças e todo o comportamento do deus. Estabelece-se uma estreita associação entre todos esses elementos, e da mesma forma que um pedaço da *madeleine* de Marcel Proust, molhado no chá, bastava para fazer ressurgir nele o “tempo perdido” com grande precisão, o mesmo acontece quando, mais tarde, o noviço voltar ao seu estado normal, pois o efeito dos banhos de certas folhas (ervas), combinado com a audição de certos ritmos e a execução de certas danças, farão ressurgir nele o comportamento do deus.

Destacamos aqui, ainda, a importância das folhas e os usos dos banhos onde elas foram postas em infusão como primordial para o culto aos *Orisa*. O nome dessas folhas e seu emprego constitui a parte mais secreta desses rituais. Nenhuma cerimônia pode ser executada sem a presença das ervas. Considera-se que reside nessas folhas o *ase*, a força vital dos *Orisa*.

A palavra *axé*, usada com frequência nos terreiros e no dia a dia de quem faz parte da religião, dá conta de força e ação, qualidade e estado do corpo e suas faculdades de realização. Trazemos o conceito desenvolvido por Sodré (2017), na medida em que o autor diz ser o *axé* um potencial de realiza o ou de *não realiza o*, apoiado no corpo. Esse “não realizar”, correspondente   no o aristotélica de “priva o”, implica um conhecimento secreto ou místico da potência presente e, nos ritos iniciáticos, verdadeiramente geradores e transmissores de *axé*. Em outros termos, *axé*   um princípio de movimentac o energética dos seres (divindades, homens e antepassados) atinente   forca contida em substâncias do reino mineral, vegetal e animal.

Guardadas as diferenas de sistemas,   uma no o próxima àquilo que, no budismo tibetano, se valoriza como energia, frequência mental e vibra o, apenas se ressaltando que o *axé*   mais “biossimb lico” do que biológico, portanto, não   figurado como um mergulho na instância do psiquismo individual por meio de técnicas como a medita o e outras. Também mantidas as devidas diferenas culturais, tem analogia com o que Espinosa chama na * tica* de *conatus*, o esforo ou movimento afetivo em favor de tudo que aumente ou facilite as faculdades do corpo, embora ressaltada a aplica o do princípio ao elemento “natural”, além do humano. Experimentado como um cont do real, acumulável e transmissível pela media o corporal, o *axé* preside ao ciclo das trocas simbólicas, do dar e receber, fazendo funcionar os códigos comunitários, presidindo às transforma es e passagens de uma situa o a outra. Por isso,   o cont do mais valioso guardado (na realidade, suas representa es são fisicamente “plantadas” no chão) nas comunidades litúrgicas (SODRÉ, 2017, 510:511).

Existe uma real possibilidade de descrevermos o processo dinâmico do *axé* nos corpos em termos psicanalíticos, como uma multiplicidade pulsional. Essa tese foi argumentada com a palavra “pulsão”, com Sodré (2017) a afirmar que a psicanálise pretende referir-se a uma “arrancada” ou uma pressão somático-simbólica num corpo individualizado e no sentido de um objeto, onde se completa a sua finalidade. *Axé*, entretanto, é ao mesmo tempo individual e coletivo, mas também ao mesmo tempo pré-individual e impessoal. Há o *axé* dos deuses, dos elementos naturais, dos indivíduos vivos e dos antepassados, portanto, há um múltiplo de intensidades que se organizam no campo da comunicação de um comum. Este é atravessado por um sincretismo de afetos, além de práticas de elaboração e absorção, imprescindíveis ao conhecimento iniciático.

Nessa linha de pensamento regida por cosmogonia⁴ e ancestralidade, o ser humano constitui-se de materiais coletivos (procedentes das entidades genitoras divinas e dos antepassados) e de uma combinação individual de materiais, responsáveis por sua singularidade. Na concepção nagô, o corpo é configurado como um “objeto ativo”, tal como se definem os objetos compostos de um amálgama de elementos heteróclitos (animais, vegetais, minerais). Além de sujeito, o homem é objeto, no sentido de que partilha uma condição comum a animais, minerais e vegetais, assim como às divindades, investidas de idênticos elementos. O corpo possibilita ao homem pensar a matéria, admitindo-se “coisa” em relação com o meio ambiente e com os mortos.

Ao mesmo tempo, o indivíduo-corpo é duplo: parte localiza-se no espaço invisível (orun) e parte no visível (aiê). É que, para os nagôs, o universo divide-se em dois grandes planos: o mundo terreno (o aiê), onde vive a humanidade; o mundo ultra-humano (o orun), habitado pelas entidades sobrenaturais, os Orixás, os antepassados, todos os seres de espírito, reais, embora destituídos de corpo. Mas os dois planos são vividos no quotidiano dos ritos, o que faz do duplo uma categoria relevante: por exemplo, o corpo físico (ara) tem o seu duplo espiritual (enikeji), que não implica uma outra consciência, mas sim a mesma duplicada. Igualmente, emi, princípio vital ou “espírito” faz-se representar fisicamente por ‘ojiji’, que é sombra da pessoa, enterrada com o morto. Nove dias após a morte do indivíduo, ‘emi’ o abandona para incorporar-se a um recém-nascido – versão nagô da reencarnação hindu ou da transmigração helénica (SODRÉ, 2017, p. 449:450).

Para mais informações sobre o Candomblé propomos: VERGER (2012), BASTIDE (1971), LODY (1987), PIERUCCI (1996), PRANDI (2001). Depois de termos focado o Candomblé, vamos agora concentrar-nos na Umbanda, a religião brasileira.

⁴ Cosmogonia vem do grego *kosmos*, que significa universo, e de *gignomai*, que quer dizer nascimento ou gênese. Assim, a cosmogonia é um relato mítico, que explica quer a criação e a ordem do universo, quer o surgimento dos seres humanos. Disponível em: <https://conceitos.com/cosmogonia/> Acesso em: junho 2021

1.2 Aspectos de uma religião brasileira, a Umbanda

Quando olhamos para a Umbanda, é fundamental esforçarmo-nos para percebê-la não como uma continuidade simples iniciada num momento impreciso da história colonial brasileira, mas como derivada de um longo e complexo processo de constituição a partir de várias fases e momentos importantes de transformação, na viragem do século XIX para o XX, no Brasil. O que importa, a meu ver, é a consciência, a sensibilidade que podemos desenvolver sobre a radical complexidade dos processos de constituição dos contextos, e a partir disso, nos esforçarmos para adequar nossos modos de compreensão, de construção do conhecimento, a essa realidade. Isso implica, inicialmente, assumir nossos limites da razão, e reconhecer que o conhecimento é também pleno sentimento (ROHDE, 2010, p. 24).

A Umbanda surgiu em 1908, no Brasil como uma mistura do culto congo-angola (misturado com o nagô), catolicismo, noções de Espiritismo, esoterismo, pajelança e até mesmo budismo (PRESTES, 1994, p.13). Como religião representada institucionalmente e reconhecida social e politicamente, a Umbanda é recente. Mesmo que as suas raízes históricas remontem aos primeiros contatos culturais/religiosos em solo brasileiro entre brancos europeus e indígenas sul-americanos, e, em seguida, negros africanos, é a partir do fim do século XIX e início do século XX que emerge gradualmente um grupo religioso relativamente coeso autodenominado umbandista, e nesse contexto torna-se possível destacar o papel fundamental dos discursos identitários. Para a maioria dos adeptos, sua fundação data de 1908, quando uma entidade auto-denominada Caboclo das Sete Encruzilhadas teria chegado a um centro espírita do Rio de Janeiro para estabelecer a nova religião e ditar suas características e as normas básicas de conduta para os médiuns umbandistas. É o que se tem chamado, na literatura especializada, de mito de origem, ou de fundação, da umbanda (BROWN, 1985, p.10).

A data tida como marco “oficial” do nascimento da Umbanda foi o 15 de novembro de 1908, quando, numa sessão espírita kardecista, “manifestou-se” pela primeira vez, no Estado do Rio de Janeiro, o Caboclo das Sete Encruzilhadas. Essa entidade traria a mensagem fundadora da Umbanda, através da mediunidade de um homem comum, residente na cidade de Neves, no Rio de Janeiro: Zélio Fernandino de Moraes. Zélio, egresso do kardecismo, teria sofrido uma grave enfermidade que o tornara paraplégico. O relato de sua cura, da manifestação do Caboclo das Sete Encruzilhadas revelando a missão de Zélio de fundar uma nova religião, forma o que Brown denomina de “mito de origem” da Umbanda. (...) Se, como Brown observa, não se pode, com certeza absoluta, afirmar-se que Zélio de Moraes tenha “fundado” a Umbanda, a data da primeira manifestação do Caboclo das Sete Encruzilhadas passou a ser aceita pela maioria dos umbandistas como o marco inicial da nova religião, corroborando a idéia de “mito de origem” (Isaia APUD Rohde, 2010).

Em primeiro lugar, a anunciação da umbanda pelo Caboclo das Sete Encruzilhadas teria

ocorrido em dois tempos: no dia 15 de novembro de 1908 houve a primeira manifestação do caboclo mencionado numa mesa espírita à qual o jovem Zélio de Moraes (na época com 1.738 anos) havia sido levado devido a um problema de saúde que os médicos não conseguiam curar (alguns falam em paralisia, outros numa série de crises semelhantes à epilepsia). Não há consenso sobre se Zélio já chegou curado à reunião espírita ou se sua cura se processou durante os acontecimentos daquela noite. O que importa é que nessa reunião começaram a se manifestar diversos espíritos de negros escravos e indígenas nos médiuns presentes, e esses espíritos eram convidados a se retirar pelo dirigente da mesa que os julgava (como era e continua sendo comum entre os kardecistas) atrasados espiritual, cultural e moralmente. Foi então que baixou pela primeira vez o Caboclo das Sete Encruzilhadas, proferindo um discurso de defesa das entidades que ali estavam presentes, já que estavam sendo discriminadas pela diferença de cor e classe social (GIUMBELLI, 2002).

Os dirigentes da reunião espírita tentaram afastar o próprio Caboclo das Sete Encruzilhadas, quando então este avisou que, se não havia espaço ali para manifestação dos espíritos de negros e índios considerados atrasados, seria fundado por ele mesmo na noite seguinte, na casa de Zélio, um novo culto onde tais entidades poderiam exercer seus trabalhos espirituais e passar suas mensagens. Às 20 horas do dia seguinte, 16 de novembro de 1908, no meio de um pequeno aglomerado de amigos, parentes, curiosos e kardecistas incrédulos que se aglomeravam na casa de Zélio, baixou novamente o caboclo referido e declarou que se iniciava a partir de então uma nova religião na qual ‘pretos velhos’ e caboclos poderiam trabalhar. Determinou também que a prática da caridade seria a característica principal do culto; que este teria como base o Evangelho Cristão e como mestre maior Jesus; que o uniforme utilizado pelos médiuns deveria ser branco; que todos os atendimentos seriam gratuitos; e que a religião se chamaria Umbanda. Além disso, fundou naquele dia aquela que, nesta narrativa, é descrita como a primeira tenda de Umbanda da história, a Tenda Espírita Nossa Senhora da Piedade (GIUMBELLI, 2002).

Um ponto bastante interessante que se repete com pequenas alterações em alguns relatos sobre o dia da anunciação da Umbanda (15 de novembro de 1908) é a referência à vida do Caboclo das Sete Encruzilhadas no plano material. Entre os indivíduos presentes na ocasião em que este caboclo se manifestou pela primeira vez na mesa kardecista havia um médium vidente, capaz de enxergar o aspeto do espírito que ali estava causando polêmica. Esta pessoa, então, indagou sobre o porquê de estar reconhecendo no espírito de um caboclo aquilo que entendia como vestígios de vestes clericais, ao que obteve como resposta: o Caboclo das Sete Encruzilhadas (que ainda não havia

se auto-denominado como tal) havia sido, em sua penúltima encarnação⁵ na Terra, o padre jesuíta, Gabriel Malagrida, sendo que só na sua última encarnação teria tido o privilégio de nascer como um índio brasileiro (GIUMBELLI, 2002; LIGIÉRIO e DANDARA, 1998; MATTA E SILVA, 1987; OLIVEIRA, 2008).

Depois de destacar a veracidade dos fatos ocorridos em 1908, o Caboclo das Sete Encruzilhadas é enfático ao garantir que foi ele que deu carta branca para a criação dos sete principais templos difusores da religião, no Rio de Janeiro, além de “mais de vinte tendas”, em São Paulo, Minas Gerais e Espírito Santo; também afirma que criou a Federação Espírita de Umbanda em 1939 (primeira órgão de representação da umbanda fundado no Brasil); por fim, valida que teria sido numa de suas vidas terrenas, o jesuíta Gabriel Malagrida: a criação da umbanda “não aconteceu por acaso não, trouxe uma ordem, uma missão, por que venho há muito tempo dizendo o que iria acontecer. Desde o terremoto de Lisboa, em 1755, até este momento, e tudo aquilo que eu dizia que iria acontecer, acontecia” (REVISTA ESPIRITUAL DE UMBANDA, nº 18, 2008, p.53).

Para se criar a Umbanda, no século XX, foi preciso muito esforço sócio-político-cultural dos intelectuais umbandistas para organizar uma unidade (discursiva) relativa das suas práticas e apresentar a umbanda à sociedade e ao Estado como uma religião legítima, com história e características bem determinadas. E também concorreu para o sucesso dessa ocorrência o trabalho dos intelectuais acadêmicos, principalmente os da sociologia brasileira, que, vendo nas transformações sociais por que passava o Brasil e no movimento pela institucionalização de uma corrente religiosa que, entre muitas outras, manipulava signos do universo afro-brasileiro, o cenário e os atores da fundação da verdadeira umbanda, ajudaram a estabelecer e legitimar este culto baseados numa interpretação que não alcança outra perspectiva senão a proporcionada pelos métodos sociológicos empregues por cada observador (ROHDE, 2010, p. 44).

⁵ A reencarnação fazia parte dos dogmas dos judeus, sob o nome de ressurreição. Só os saduceus, cuja crença era a de que tudo acaba com a morte, não acreditavam nisso. As ideias dos judeus sobre esse ponto, como sobre muitos outros, não eram claramente definidas, porque apenas tinham vagas e incompletas noções acerca da alma e da sua ligação com o corpo. Criam eles que um homem que vivera podia reviver, sem saberem precisamente de que maneira o fato poderia dar-se. Designavam pelo termo ressurreição o que o Espiritismo, mais judiciosamente, chama reencarnação. Com efeito, a ressurreição dá ideia de voltar à vida o corpo que já está morto, o que a Ciência demonstra ser materialmente impossível, sobretudo quando os elementos desse corpo já se acham desde muito tempo dispersos e absorvidos. A reencarnação é a volta da alma ou Espírito à vida corpórea, mas em outro corpo especialmente formado para ele e que nada tem de comum com o antigo. A palavra ressurreição podia assim aplicar-se a Lázaro, mas não a Elias, nem aos outros profetas. Se, portanto, segundo a crença deles, João Batista era Elias, o corpo de João não podia ser o de Elias, pois que João fora visto criança e seus pais eram conhecidos. João, pois, podia ser Elias reencarnado, porém, não ressuscitado. O Evangelho Segundo o Espiritismo. Allan Kardec. Tradução: Guillon Ribeiro. Brasília: Federação Espírita Brasileira (FEB), 2013.

A síntese umbandista pôde assim conservar parte das tradições afrobrasileiras; mas para estas perdurarem, foi necessário reinterpretá-las, normalizá-las, codificá-las. Foi este o trabalho dos intelectuais umbandistas: canalizar uma situação de fato para constituir uma nova religião. Mas quem eram estes intelectuais? Brancos e mulatos de “alma branca”, que reconstituíram as antigas tradições com os instrumentos e valores fornecidos pela sociedade. Não estamos, pois, mais em presença de um culto afrobrasileiro, mas diante de uma religião brasileira que traz em suas veias o sangue negro do escravo que se tornou proletário (ORTIZ, 1999, p.33).

Na constituição da nova religião, eminentemente brasileira, reconstruíram antigas tradições, incorporando outras possibilidades a cultos já existentes. Estamos diante de uma religião, que partilha das características da sociedade brasileira, multicultural, plural, refletindo, através das influências brancas, negras, indígenas, europeias, a verdadeira miscelânea do que é ser brasileiro, no Brasil e no mundo. Na nova religião, os espíritos dos negros, dos índios são venerados e valorizados pelos seus recados e pelo trabalho no campo espiritual com ênfase na caridade, através das conversas, das curas, aberturas de caminhos, desobsessão, incentivo ao conhecimento, entre outros.

Para que a religião que estava sendo organizada passasse a existir socialmente, sendo percebida como distinta num contexto maior, era preciso demarcar suas fronteiras, atribuir suas características diferenciais, processo que não podia ser feito senão através do que foi descrito por Pierre Bourdieu (2007) como “luta das classificações”:

[...] lutas pelo monopólio de fazer ver e fazer crer, de dar a conhecer e de fazer reconhecer, de impor a definição legítima das divisões do mundo social e, por este meio, de fazer e de desfazer os grupos. Com efeito, o que nelas está em jogo é o poder de impor uma visão do mundo social através dos princípios de divisão que, quando se impõem ao conjunto do grupo, realizam o sentido e o consenso sobre o sentido e, em particular, sobre a identidade e a unidade do grupo, que fazem a realidade da unidade e da identidade do grupo (BOURDIEU, 2007, p.113).

O que está em jogo aqui é exatamente o poder de impor uma visão de mundo social através das práticas religiosas, pois estas, quando vivenciadas pelo grupo, criam sentido, e mais ainda, uma identidade para aquelas pessoas. Daquela unidade vivenciada, principalmente, pela escolha religiosa, o sujeito social passa a constituir-se. É a partir daqui, dessa legitimidade através do fortalecimento e das vivências das crenças, que se busca o sentido de ser quem se é.

Para compreendermos mais sobre os terreiros de Umbanda, trazemos algumas funções vividas pelos seguidores. Mãe-de-santo é a principal responsável, no plano material, pelos rituais e pela orientação dos membros de uma comunidade religiosa afro-brasileira. Quando um homem detém essas atribuições, é chamado pai-de-santo. Na umbanda, são chamados cambonos (ou cambones) os membros do terreiro que não incorporam as entidades durante os trabalhos, ficando encarregados da organização do fluxo do ritual e do atendimento às solicitações das entidades. Quem coordena as

atividades do conjunto dos cambonos é o cambono-chefe. Neste trabalho, utilizo a palavra terreiro(s) de modo genérico, como sinónimo de casa(s) de culto de matriz afro-brasileira, por ser uma expressão de uso comum.

No meio de tantas informações, para melhor entendermos como pode surgir um terreiro na prática, trazemos o depoimento de Pedro Brandão, o pai de santo do Templo de Urubatão, na Malveira, em Portugal. Enviamos as perguntas por e-mail e pelo *whatsapp*, devido às restrições da pandemia, e foram respondidas por esse último. Procuramos manter o máximo de fidelidade às respostas de Pedro. Todas as perguntas e respostas poderão ser vistas no final da tese, nos apêndices. Alguns trechos da entrevista serão disponibilizados no capítulo 1.

(Questão colocada) Como surgiu a ideia de abrir um terreiro em Portugal?

O templo Urubatão surge um ano após a morte do meu pai de santo, portanto eu era o alabê (responsável pelo instrumental do terreiro, *grifo nosso*) da casa, era o braço direito do meu pai de santo, Pedro de Ogum, do Templo Sagrado de Umbanda, um terreiro na Quinta do Conde, com muitos anos de uma Umbanda traçada⁶, uma Umbanda Omolocô. Iniciei lá e depois com o desencarne (morte, *grifo nosso*) dele e após um ano, fui recebendo as entidades que era preciso dar continuidade ao trabalho. Eu senti que a minha vertente da Umbanda estava ligada a uma parte mais social, no sentido de ter uma pegada maior na vida das pessoas, portanto ajudando de todas as maneiras possíveis, quer a nível religioso, quer a nível social, com a entrega de cabazes, essas coisas todas. Numa gira de esquerda que foi a primeira gira de Umbanda a que eu fui após o falecimento do meu pai de santo, falei com seu gato preto, com Exú da casa do Pai Cláudio, em que disse que eu tinha caminho como sacerdote, como pai de santo e assim foi com um grande auxílio do Pai Cláudio, demos início aos trabalhos. Na minha casa, muito pouca gente, no dia 15 de novembro e éramos exatamente 15 pessoas que estávamos a iniciar. E pronto, ao final de um ano arranjamos novas instalações, onde estamos agora e tem sido sempre a desenvolver este projeto. No Templo Urubatão, como diz o guia mentor da casa, uma casa mãe, uma casa de colo, muito voltada para os problemas do outro e é esse o trabalho que temos vindo a desenvolver.

(Apêndice, p.273)

Apesar de reproduzir estes excertos, gostaria de sublinhar o fato de que a constituição da subjetividade de um umbandista compartilha princípios que não são propriamente discursivos, até porque não estão fincados a um plano social, segundo Rohde (2010): primeiro, há que ter em conta

⁶ É fruto da umbandização de antigas casas de Omolocô; porém, não existe registro da data e do local inicial em que começou a ser praticada. Começou a ser fundamentada pelo médium Tancredo da Silva Pinto (10/08/1904 – 01/09/1979) em 1950, no Rio de Janeiro, RJ. Nesta vertente encontra-se um forte sincretismo dos Orixás com os santos católicos, sendo que aqueles estão vinculados às tradições africanas, principalmente as do Omolocô. Considera a existência de nove Orixás: Oxalá, Ogum, Oxóssi, Xangô, Obaluaiê, Iemanjá, Oxum, Iansã e Nanã. Os trabalhos são realizados por diversas entidades: Falangeiros de Orixá, Caboclos(as), Pretos(as)-Velhos(as), Crianças, Boiadeiros, Baianos(as), Marinheiros, Sereias, Ciganos(as), Exus, Pombagiras e Malandros(as).

Disponível em: <https://registrosdeumbanda.wordpress.com/as-umbandas-dentro-da-umbanda/> Acesso em: mai. de 2021.

que a Umbanda não é uma religião de texto (como o cristianismo, o judaísmo, o islamismo, etc.), mas antes de preceitos,⁷ privilegiando-se o fazer individual, as atitudes, os modos particulares de entender e executar as práticas e receitas aprendidas, fazendo com que as habilidades exclusivas no âmbito das tecnologias materiais e simbólicas da religião tenham enorme peso nos comportamentos, nas subjetividades, nas identidades; além disso, as experiências subjetivas e às vezes inconscientes de contacto (e até incorporação) com entidades e divindades exercem influências fisiológicas e psicológicas importantes sobre os indivíduos, fazendo parte da subjetividade e da identidade pessoal de um umbandista.

Penso, assim, que o fundamento maior da umbanda não está nos seus textos/discursos socioculturais, embora as manifestações espirituais-religiosas sejam por eles mediadas; ou seja, de acordo com a experiência que eu tenho com a religião, aquilo que chamamos de fundamento da Umbanda, que é a objetividade da constituição de seu universo espiritual e os processos que permitem o contacto deste com o plano humano/material da existência, além de sua cosmovisão e cosmoética básicas, estão além e aquém dos textos e discursos socioculturais – humanamente criados – que existem e podem existir sobre a Umbanda. As entidades existem para além dos personagens interpretados, tendo um núcleo existencial subjetivo/objetivo próprio, e relacionam-se com o plano humano das mais variadas maneiras, algumas delas mediadas por elementos socioculturais discursivos. Creio que todas as possibilidades humanas de cognição e interação com essa esfera são mediadas por esses textos e discursos, ou seja, pela cultura. Mas isso não quer dizer, tal como defende Rohde (2010, p. 69), que essa esfera não possa exercer influências não cognoscíveis nos humanos.

Ao propormos estudar a Umbanda e o Candomblé, em Portugal, tínhamos consciência das influências brasileiras, quando os líderes religiosos deste lado – alguns brasileiros, outros portugueses – reconhecem a construção do repertório fundamentado do outro lado do Atlântico. A ideia da tese também é a de se apresentar esta troca de informações no campo do sagrado, que inevitavelmente perpassa para outras áreas sociais. As influências ficam claras através desta pergunta colocada a Pedro Brandão, português, responsável pelo Templo de Urubatão, na Malveira.

(Questão colocada) Onde foi e é construído teu repertório religioso? Quais são as influências brasileiras nesse processo?

“Toda a minha formação religiosa, a minha concepção do orixá, é de uma vertente

⁷ Considerando essa ênfase, vamos ver o que Renato da Silveira (2006) afirma sobre o assunto: “As religiões africanas e ameríndias tradicionais não são religiões de texto, não contam com um corpo doutrinal teoricamente sistematizado, são religiões de preceito, regras de procedimento com o uso preciso e específico de determinados ingredientes materiais, aquém dos cânticos, imagens e símbolos: o transe, elemento central da prática religiosa tanto dos africanos quanto dos ameríndios, jamais pode ser provocado sem as condições adequadas” (SILVEIRA, 2006, p.188).

africana, portanto como eu digo sempre, eu tenho um pé em África. O meu pai de santo, era de uma Umbanda traçada, uma Umbanda Omolokô, com origem no Brasil. O meu avô de santo é o pai Buby do Templo Uguaracy, em São Paulo. Toda a minha conceção de Umbanda e da parte espiritual, inicialmente vem da casa do meu pai, portanto da religião iorubá, ifá e a minha concessão é africanizada, apesar de não praticar o sacrifício animal, pois entendo que não há necessidade disso. Portanto, o meu repertório espiritual, começa com uma educação de terreiro e de fundamento, graças a Deus, muito bem passada, pelo meu pai, a nível do respeito aos mais velhos, a ancestralidade numa visão familiar que é isso que a parte africana aporta muito, não é? Para Umbanda, para o Candomblé, que é a noção de família, do grupo que se cria, um laço familiar, que se chama pai, se chama irmão, chama mãe, mãe pequena, pronto, todos os cargos de sacerdote dentro do terreiro. Eu acredito que para saber para onde vou, eu tenho de saber de onde vim e então, eu estudo toda a parte africana, ameríndia, a parte da pajelança, a parte espírita kerdecista e não só, todas as vertentes de religiões brasileiras que originaram na Umbanda, ou que eventualmente forma o Candomblé. A minha visão do que é espiritualidade, e a forma como eu vejo o plano espiritual, e o meu entendimento cimeta na ancestralidade, na parte africana, mas estudando a fundo, as religiões que me forem possíveis, para ter o melhor entendimento possível, da Umbanda, desde a religião judaica, o estudo da cabala, para melhor entender também os cultos pagões, entender Exu. Exu é moço branco, não é? Então, Exu é europeu, é o Exu que chega. O Exu entidade, eu tô falando do orixá. Chega ao Brasil através dos portugueses, dos europeus e de todos aqueles, que emigraram para o Brasil, para as terras de Vera Cruz com esperança de criar e constituir uma vida melhor, e que levaram conhecimentos antigos, europeus, nórdicos, e não só da Inglaterra, de França, e que contribuíram também para muitas religiões como o Catimbó, a própria Jurema. O Tambor de Minas foi nascendo e se adaptando a novos conhecimentos e novas formas de estar, respeitando sempre a sua origem. É esse meu repertório. O estudo, o entendimento e trazer a minha realidade, a minha compreensão de forma que eu sinta e acredite nela, e que dessa forma consiga passar aos filhos e a quem quiser um lugar da minha visão da espiritualidade e da minha família”. (Apêndice, p. 274 e 275)

As influências remetem-nos para a diáspora africana, resultante da imigração forçada de africanos durante o tráfico transatlântico de escravizados. Nestes fluxos forçados, as pessoas embarcavam nos *tumbeiros* (navios negreiros) com os respetivos modos de vida, culturas, práticas religiosas, línguas e formas de organização política, acabando por influenciar a construção das sociedades que os africanos escravizados tiveram como destino. Estima-se que durante todo período do tráfico negreiro, aproximadamente 11 milhões de africanos foram transportados para as Américas, dos quais por volta de 5 milhões tiveram como destino o Brasil, segundo informações da Fundação Cultural Palmares⁸.

É sobre a comunidade brasileira em diáspora, mais precisamente, residente em Portugal na atualidade, que o nosso olhar vai centrar-se, observando que os seus elementos tendem a reproduzir as mesmas relações sociais de elitização que existem no Brasil quando atravessam o Atlântico. Os vários desafios que existem dizem respeito à reprodução de dinâmicas da estratificação de classe, de raça, de etnia, de religião. Há que ainda ter em conta que, na discussão da diáspora nas Ciências Sociais que surgiu nas duas últimas décadas do século XX, os grupos que se apropriavam do termo

⁸ Disponível em: <http://www.palmares.gov.br/?p=53464>. Acesso em: mai. 2021.

mostravam resistência face às estratégias assimilacionistas dos Estados-Nação em que se estabeleciam, desenvolvendo fortes sentimentos de comunidade e mantendo tradições culturais e religiosas como forma de manter uma identidade coletiva (Shuval, 2007: 31).

Por compreender que o conceito da palavra nação perpassa a história autóctone, ou seja, de quem é natural da terra que habita, trazemos de seguida para esta tese, o conceito da palavra nação, para no ponto mais à frente, falarmos sobre diáspora.

1.3 O conceito de nação construído sob o olhar da diáspora numa netnografia sagrada

Ao voltarmos os nossos olhares para os séculos XV ao XIX, pelo menos 10 milhões de africanos foram embarcados à força para as Américas, segundo estimativas modestas (ver, p. ex., Curtin 1969). Esta foi a maior imigração transoceânica na história da humanidade, mais ampla do que a imigração dos europeus para as Américas ocorrida no mesmo período. Ainda hoje, muitos descendentes daqueles africanos raptados se reconhecem como parte integrante de “nações” diaspóricas, para usar um termo que é especialmente comum na América Latina, mas que também não é raro na América do Norte (considere-se, por exemplo, que os negros norte-americanos têm um hino nacional). Há também as *naciones* arará, congo e lucumí em Cuba (ver, p. ex., Ortiz 1973[1906]; Cabrera 1983[1954]; Brandon 1993:55-59), assim como as nações jeje, congo-angola e nagô no Brasil (Encontro de Nações-de-Candomblé 1984; Bastide 1978[1960]; Costa Lima 1976). De modo um pouco diferente, verifica-se a existência das *nachons* rada, congo e nago no Haiti (Métraux 1972[1959]).

Segundo Matory (1998:1999), essas nações ainda vivem de acordo com as denominações dos vários templos das religiões afro-cubana e afro-brasileira, como o Candomblé, e dos vários deuses e ritmos de tambor sagrados em Cuba, no Brasil e no Haiti. A história parece, apenas parece, simples quando imaginamos essas nações no final do século XIX, e hoje em dia, como sendo nada mais do que memórias esmaecidas do passado, como “folclore” de certo modo diferente e desligado da realidade única da nação territorial. Costa Lima, por exemplo, argumenta que essas nações eram originalmente “nações políticas africanas”, mas foram “aos poucos perdendo sua conotação política para se transformar num conceito quase exclusivamente teológico [e ritual]” (1977:77-78, 21). Ao contrário, a história torna-se mais interessante quando verificamos que essas nações eram identificadas como indígenas em África, como unidades territoriais, políticas ou linguísticas até período bem recente, quando um grupo pequeno, mas influente, de afro-brasileiros, afro-cubanos, negros norte-americanos e serraleoninos “voltaram para casa”, para o Golfo da Guiné. A verdade é que essa afir-

mação fica um tanto imprecisa, visto que muitos deles não nasceram no Golfo da Guiné, e tampouco em África, nem todos tiveram antepassados nos lugares africanos para onde “regressaram”. Os chamados “retornados” tiveram de imaginar, por meio de uma construção seletiva e criativa, a história de onde e do que era sua “casa”, ou “lar”. Argumento aqui que a imaginação a respeito dos limites das nações dispersas e da casa gerou muitas vezes novas identidades étnicas e nacionais em África. Essa nacionalidade transoceânica subsiste, nem mais nem menos do que a nação territorial, nas formas de imaginação que formaram ambos os tipos de nação durante os dois séculos anteriores.

Neste aspeto, a ideia de nação é inclusive, compartilhada por Bastide (1961), quando faz referência ao Candomblé como uma África em miniatura, em que os templos se tornaram casinhas dispersas entre as moitas, quando as divindades pertencem ao ar livre, ou então cómodos distintos da casa principal, se forem divindades adoradas nas cidades. A dispersão referenciada pelo autor, nos leva inevitavelmente a refletirmos sobre a abertura dos rituais baseados na experiência vinda de vários lados, e porque não pensar na importância das inúmeras nações em trazer para a religião a diversidade cultural e social existente entre os vários povos ao redor do mundo? Diferenças que surgem para agregar um mundo cada vez mais conectado, tecnologicamente. Diferenças que trazem riquezas, repertórios, vivências num escopo de celebração da fé, do sagrado, que pode ser pensado numa perspectiva macro, numa perspectiva continental, mundial.

A história do termo “nação” não começou com o tráfico de escravos nem sequer com a formação da nação territorial, que, segundo Benedict Anderson (1991[1983]), ocorreu no final do século XVIII. Desde muitos séculos, “nação” e seus cognatos nas línguas europeias têm o sentido de um grupo de pessoas ligadas nitidamente pela ascendência, língua ou história compartilhadas, a ponto de formarem um povo distinto. O que nos interessa especificamente nesta tese é a emergência em paralelo de dois usos rivais do termo, os dois coincidindo com a colonização europeia das Américas. Modificando a tese de Anderson, argumento que a nação territorial nas Américas emergiu não de um diálogo isolado com a Europa, mas também de um diálogo com as nações transatlânticas e supraterritoriais geradas pela colonização africana desses continentes. E, ao contrário da tese de Appadurai (1996), tais unidades supraterritoriais prefiguram não o fim, mas o começo da nação territorial. De fato, o diálogo com a nação diaspórica forma a base da nação territorial americana, africana e europeia.

Para entendermos um pouco sobre a revisão histórica, falaremos dos povos da África ocidental, por ocuparem os lados opostos das fronteiras colonial britânica/francesa, cujo poder simbólico durou ao longo da consolidação da diáspora africana, fruto da comunicação contínua entre Europa, África e as Américas durante o imperialismo britânico e francês.

Matory (1998;1999:60) fala sobre o vai e vem das pessoas, textos, ideias entre Lagos, Serra Leoa, Cuba e Brasil e afirma também, tendo como base o argumento de Law (1977, APUD Matory 1998) que, antes de o tráfico de escravos no século XIX dispersar os Ijèbú, os Egbá, os Egbádò, os Ondó, os Ekiti, os Oyó e outros, estes grupos nunca se autodenominaram “Yorùbá”, muito menos compartilharam uma língua “padrão” ou uma identidade política única. Argumento assim que foi a dispersão e as atividades de milhares de retornados durante a fase de colonialismo britânico que produziu a identidade novamente unitária chamada “Yorùbá”. Ademais, formas de escrever e de literatura inspiradas pelos ingleses e a reação auto-afirmativa dos retornados ao racismo britânico fizeram dos “Yorùbá” a “nação” africana mais prestigiosa no perímetro Atlântico. Esse prestígio confirma-se nas vidas social, política e religiosa não só no interior de Lagos, mas também no Brasil, em Cuba, em Miami e em Nova Iorque. Em resumo, nesse livro, o autor trata da mediação colonial e pós-colonial da identidade étnica.

O artigo, o qual nos deu algumas pistas e trouxe informações importantes para agregarmos à pesquisa, do autor Matory (1998:1999), trata da mediação colonial e pós-colonial da identidade étnica e nacional. A razão é reavaliar os supostos padrões de que, primeiro, os grupos étnicos africanos como tal existiram desde o início da raça humana (e, daí, pouco mudaram) e, segundo, esses grupos antediluvianos são as “origens” das culturas afro-americanas. Também, implicitamente, este trabalho sugere a reavaliação da lógica “de-cima-para-baixo”, *imposta* (*grifo nosso*) pela corrente da “invenção da tradição”, representada pelas numerosas publicações a partir de 1983 que citam o livro: *A Invenção da Tradição*, editado por Eric Hobsbawm e Terence Ranger (1992). O que não está presente nesta formulação, garante Matory (1998:1999) é, primeiro, as condições de plausibilidade cultural de qualquer “tradição inventada” e, segundo, os interesses, o consentimento e a contribuição das outras classes que produzem a “tradição”. O que me parece evidente no caso da identidade ‘yorùbá’ é o agenciamento — ou intencionalidade e ação estratégica bem-sucedida — dos oprimidos e sua sabedoria cosmopolita. Os viajantes afro-brasileiros conseguiram investir poder nas suas novas formas de solidariedade transregionais e transoceânicas.

O autor ainda argumenta que essas nações afro-latinas são demonstrativas de um fenômeno iniciado há muito tempo, tendo a própria nação crioula emergido em diálogo com elas. Nas nações americanas, as elites burguesas associam as populações subordinadas de negros e índios a uma prova de “autenticidade” dessas elites e legitimação do direito a governar, segundo Matory (1998:1999). Outras vezes, essas imagens servem como metáfora da convivência harmoniosa entre facções da elite potencialmente em conflito (ver Sommer 1990:131-165). Sem concederem poder político algum a essas populações de cor, tais elites se auto-representam como os descendentes do “povo” (ver, p. ex., Anderson 1991[1983]:154; Helg 1990). Esses motivos inspiraram vários indianismos, indigenismos, a negritude, o afro-cubanismo, o negrigenismo de Fernando Ortiz, o movi-

mento afro-crioulo, a celebração da mulatice, o “ciclo do negro” e outros movimentos semelhantes em toda parte das Américas. Dificilmente existe uma nação territorial no Novo Mundo que não se tenha preocupado — como precondição para se tornar nação — com a representação, incorporação ou aniquilamento dessas comunidades da diáspora africana (Ortiz 1995[1947]; 1973[1906]; Helg 1990; Freyre 1986[1933]; Herskovits 1958[1941]; PriceMars 1983[1928]).

A auto-imagem das nações territoriais americanas tem lógica às vezes transparentemente simples e às vezes complexa, mas sempre dialética, contrastando a superioridade das origens diaspóricas com a inferioridade dos indígenas governados ou, quando útil, contrastando a fraternidade indígena com a contaminação diaspórica. Assim, vale a pena comparar essa característica das nações americanas com a relação das nações européias emergentes com o protótipo de todas as diásporas — a judaica —, a natureza cosmopolita da qual ameaçou e conformou dialeticamente a autoimagem da nação territorial européia. (MATORY, 1998;1999: 69 e 70)

Ao comparar as nações americanas com as europeias, inevitavelmente falaremos da diáspora judaica, que teve origem no distanciamento forçado dos hebreus⁹ da terra natal – Israel –, devido às invasões dos inimigos, levando-os a espalharem-se por várias partes do mundo. Como a dispersão das populações africana e europeia se deu antes mesmo da Fundação do Estado-Nação, a imagem de origens longínquas — à qual eu chamo diasporismo — acabou por prevalecer na história do “Novo Mundo”, com apelos a uma hierarquia dentro da nação, a qual privilegiou a identificação com terras (Matory 1998;1999, 70). Por outros termos, “é exatamente porque somos originários de um lugar que é outro e superior”, assim vai o raciocínio, “que temos o direito de governar aqui”. Embora a ideia de fraternidade indígena e compartilhada tivesse grande importância nesses Estados-Nação, também importa a imagem de origens raciais diaspóricas. Atente-se para o fato de que esses sentimentos de superioridade diaspórica são também padrão nas nações afro-latinas. De facto, o autoconceito de superioridade e pureza nagô e jeje foi exatamente o que atraiu as elites brancas do Brasil nordestino — para não mencionar a comunidade cubana em exílio nos Estados Unidos — às nações afro-latinas.

⁹ Os hebreus organizavam-se em doze tribos em torno de um reino monárquico, que era Israel. As tribos referiam-se a cada filho de Jacó, filho de *Isaac* e neto de *Abraão*, e constituía-se num clã familiar. Os seus nomes eram: *Rúben*, *Simeão*, *Judá*, *Zebulom*, *Issacar*, *Dã*, *Gade*, *Aser*, *Naftali*, *Benjamim*, *Manassés* e *Efraim*, sendo *Abraão* e sua descendência, depois de um chamado divino, considerado o marco da fundação da nação hebraica. Séculos depois, o reino dos hebreus dividiu-se em razão de interesses políticos. Pode-se fazer uma analogia com os conflitos que desencadearam a queda do grandioso Império Romano. Em 935 a. C., os interesses políticos se intensificaram entre os hebreus depois da morte do rei *Salomão*. Com isso, a unidade tribal se perde e formam-se dois reinos – o **reino de Judá** e o **reino de Israel**. Essa divisão ficou entre os dois filhos de *Salomão* - *Roboão* e *Jeroboão*. Também há um entendimento em relação a diáspora judaica fundamentada nas questões religiosas. Por se considerar crente no monoteísmo Iavé (Deus) soberano, a narrativa bíblica relata muitos episódios em que essa comunidade toma forma através de conflitos com os povos inimigos. Já os estudos da História dos tempos presentes garantem que a diáspora judaica foi motivada por confrontos territoriais. Informações disponíveis em: [Diáspora Judaica | Educa Mais Brasil](#), visto em 13 de dez. de 2020.

Dito isso, focaremos agora a diáspora ligada ao movimento candomblecista e umbandista, os grupos religiosos que são alvo de análise nesta tese.

1.4 Diáspora, substantivo feminino

“Quando falamos em diáspora, não estamos falando de minorias. Estamos falando de uma grande maioria espalhada pelo mundo. Somos estrangeiros por conta de uma separação criada pelos europeus, mas nossa história fica viva no prato, na memória, na dança”. (Sheila Walker)¹⁰

A palavra diáspora deriva da raiz etimológica grega *diaspeirein* que significa, de acordo com o *Oxford English Dictionary*, dispersão. Este termo, encontrado numa tradução grega do Antigo Testamento a partir do termo hebraico original traduzido do Deuteronómio, foi utilizada pelos gregos para representar a situação de migração e colonização (cf. Shuval, 2007: 28). O *Oxford English Dictionary* atribui ainda a sua ligação ao fenómeno de dispersão judaica a partir da sua origem bíblica, localizada em Israel. Finalmente, define diáspora como a condição de um grupo de pessoas que reside fora do seu lugar de nascença. A divisão face às chamadas “antigas diásporas” – como a judaica e a arménia – dá espaço a uma novo entendimento do conceito de diáspora, num momento de questionamento da fixidez das barreiras económicas, culturais e nacionais.

O fenómeno da globalização e dos movimentos transnacionais, na década de 90, que progressivamente implicavam o cruzamento das fronteiras nacionais, fruto de um novo desenho de quadro político mundial, constituíram-se como fatores que inspiraram a discussão centrada no conceito de diáspora. As transformações culturais originadas pela erosão económica e política das barreiras nacionais, o processo de economia global transcontinental e o desenvolvimento das tecnologias de informação e de comunicação originaram novas formas de identidades que necessitavam de uma conceptualização que surge reformulada pela preocupação de resistir à tendência essencialista do discurso de diáspora até então praticado (cf. Appadurai, 2003 [1996]). A dimensão cultural da diáspora abre então caminho a um novo campo de análise, explorado pelos autores pós-modernistas, que relevam o carácter híbrido, fluido, permeável e misto das novas formas culturais (Hall, 1997, 2003, Gilroy, 1993, Cohen, 1997, Hannerz, 1992, Clifford, 1994, Brah, 1996). Com isso, a palavra diáspora passou então a ser utilizada para designar os grandes movimentos transnacionais, o respetivo estabelecimento e estratégias de adaptação nos novos contextos, de acordo com um conjunto de tipologias que, em várias vertentes, salientou elementos similares para a definição de diáspora: uma

¹⁰ Cf. tese de doutorado de Marilise Luiza Martins dos Reis (2012).

história de dispersão, independentemente da sua origem voluntária ou forçada; a partilha de uma memória comum associada a uma origem, real ou imaginária, que consolida uma identidade coletiva; um grau – variável – de alienação relativamente aos espaços de estabelecimento; a manutenção de laços com a origem e o desejo de retorno, raramente concretizado e frequentemente idealizado (Safran, 1991, Parekh, 1994, Baumann, 1998, Vertovec, 2000, Cohen, 1997).

Resultado de diferentes fatores e em diferentes períodos do quadro histórico e político mundial, a diáspora brasileira é plural, diversificada, caracterizada por referências culturais e regionais, por trajetos de mobilidade e contextos de estabelecimentos distintos.

O começo do século XXI presenciou uma crescente visibilidade dessa e de outras diásporas, das suas manifestações e impacto nas sociedades em que se estabeleceram, e também o consequente desafiar das barreiras nacionais e culturais das sociedades contemporâneas. Não só a multiplicidade originada pelos diferentes impulsos migratórios, mas também a diversidade de processos de estabelecimento nas novas sociedades desencadeou a construção de grupos distintos, de acordo com as suas afiliações religiosas, sociais e regionais. Com efeito, os processos de construção comunitária, com a chegada das mulheres e de outros familiares, com a maior ou menor facilidade em reconstruir instituições sociais e religiosas e os diferentes graus de articulação com a sociedade de estabelecimento, conduziram à transformação do caráter de cada comunidade que, depois da chegada aos novos destinos, desenvolveu dispositivos de consolidação comunitária específicos.

A construção e consolidação comunitárias encontram-se associadas a processos de produção e reprodução de elementos sociais e culturais (Clifford, 1994, Kearney, 1995, Hannerz, 1996) que envolvem vários fenómenos como a mobilidade social, a transformação de estatutos de género, a manipulação estatutária ou a modificação de padrões familiares.

O tema da diáspora, os fenómenos migratórios, tem sido ultimamente alvo de reflexões várias. As categorias e as teorizações do final da década de 80 têm chamado atenção às avaliações do fenómeno. Para analisar contextos mais específicos e propostas teóricas, um conjunto de literatura foi construído no sentido de conduzir a uma categorização devido à utilização inadequada dos conceitos como diáspora, apropriados por alguns grupos.

Vamos entretanto focar dois aspetos que nos parecem relevantes, tomando em conta a reflexão sobre a mobilidade de indivíduos a partir do Brasil para o mundo. O primeiro é que existem diásporas que incorporam outras diásporas, com as respetivas diferenças e adaptações, sendo a partilha de elementos dominantes comuns entre os seus membros – entre um universo composto por pontos de convergência e de divergência – que lhes atribui o seu caráter diaspórico. Nas diferentes diásporas possíveis, lembramos a importância das características vivenciadas no processo e que distinguem os grupos no interior, de forma mais ampliada.

No segundo aspeto, compartilhamos a proposta de Lal (2006), segundo o qual o conceito de

diáspora deverá ser analisado à luz dos movimentos, como o próprio nome sugere. Assim, não é algo estático, ao evoluir no tempo e no espaço, adquire significados correspondentes aos fluxos históricos, culturais e sociais, “testemunhando a expansividade associada à palavra diáspora” (Lal 2006: 14).

É exatamente sobre este aspeto que nos iremos debruçar, pois aqui encontrámos o ponto que irá auxiliar à compreensão dos fenómenos diaspóricos na perspetiva de pensá-los como desafios às barreiras nacionais, culturais e conceptuais, que cada vez mais, moldam e estruturam a sociedade do tempo presente. Efectivamente, a permeabilidade das fronteiras é essencial ao desenrolar do quotidiano das grandes cidades no mundo inteiro.

The efflorescence of restaurants where international foods are served, the growth of neighborhoods where there are few advertisements in English, and the proliferation of business partnerships between U.S. or British citizens with those in other countries all indicate a new urban cosmopolitanism. The “first world” cities of New York and London have been changed by formerly “third world” peoples and consequently the conception of a singularly national space has been troubled. When being black and from Brooklyn is seen, for example, to connote having recent origins in the Caribbean, we might say that a quintessential “American” urban site has been transformed (...) in the conceptual boundaries of the state have become exceptionally porous. (Shukla, 2005: 79)

Robin Cohen propõe, em *Global Diasporas. An Introduction* (1997), uma tipologia em que distingue cinco diásporas, fazendo corresponder a cada uma um conjunto de características dominantes: do primeiro tipo, as «victim diasporas», são exemplares as diásporas africana e arménia. A dispersão indiana é denominada de «labour diasporas» e a dispersão chinesa é exemplar do terceiro tipo, «trade diasporas». As «imperial diasporas» são representadas pelos países europeus colonizadores, com destaque para os britânicos, e, finalmente, grupos de origem caribenha que caracterizam o que o autor chama «cultural diasporas», exemplificando os processos de construção de identidades fragmentadas, pós-coloniais e hibridizadas (Cohen, 1997: x).

Nos anos 2000, Vertovec estrutura a reflexão até então produzida em torno deste conceito, através de três definições de diáspora: diáspora como forma social, como tipo de consciência e como modo de produção cultural. Se reconhecermos, como propunha inicialmente, o carácter abrangente do conceito de diáspora, compreenderemos facilmente que este transcendeu há muito o seu significado clássico, associado à experiência traumática de exílio sofrida pelo povo judeu e consecutiva dispersão por diferentes territórios. Atualmente, a diáspora não implica necessariamente apenas uma carga negativa de perda, alienação ou vitimização.

Paul Gilroy (1993), ao tratar do conceito para a política e história africana, afasta-o das representações da dispersão catastrófica de grupos de população, imprimindo-lhe um carácter associa-

do à redefinição da pertença cultural e histórica dos indivíduos, construída fora da ligação territorial, fixa e nacional. Para tal contribuiu a comunicação transnacional que derrubou as barreiras nacionais, dando expressão ao modelo que designa de «Black Atlantic», que exprime o sentimento de desterritorialização da cultura, para cujo desenvolvimento a diáspora pode ser um território fértil (Gilroy, 1993). O processo de construção de diásporas é, portanto, um domínio semântico mais vasto e igualmente complexo, congregando sentimentos de ambiguidade entre espaço de origem e destino de estabelecimento (cf. Clifford 1994: 311).

A noção de *Atlântico Negro* foi desenvolvida por Paul Gilroy (1993), e aqui especificamente vamos debruçar-nos mais atentamente sobre ela. A intenção é demonstrar a operacionalidade desses conceitos, para a análise das ações, por constituírem-se como uma função rizomática e quebrada responsável pelo link entre o global e o local. Partiu da ideia de *Atlântico Negro* a elaboração da hipótese de que as políticas de combate ao racismo, hoje em debate e reivindicadas na América Latina e Caribe, são demandas que emergem da diáspora e, portanto, resultantes de uma estética diaspórica elaboradas na rede atlântica, contrariando análises que as veem apenas como meras cópias de uma opinião racial estrangeira, ou como demandas emergentes de uma opinião racial territorialmente localizada, mais especificamente, norte-americana.

Entendendo a diáspora como uma metáfora de deslocamentos e de desterritorializações que muda e amplia a noção de afastamento geográfico, que manifesta um deslocamento imaginativo, sendo que o movimento trata ainda de uma situação de “entre-lugar”, contribuição dos construtivistas sociais.¹¹

Aqui emerge a definição desenvolvida por Cohen (2008) de “diáspora desterritorializada”,¹² que inclui experiências diaspóricas consideradas incomuns como, por exemplo, as experiências de grupos étnicos que perderam os pontos convencionais de referência territorial e se tornaram culturas móveis e multilocalizadas em lares virtuais ou incertos.¹³ São exemplos dessas experiências a dos povos afroamericanos, latinoamericanos e afrocaribenhos, este último, para ele, o mais emblemático, no qual a história comum de dispersão forçada é compartilhada por quase todos os povos de descendência africana. É por isso também que para Gilroy (2001) a diáspora se apresenta como lar fluído, ou seja, como um processo de desterritorialização que estabelece a posição de “entre-lugar” no qual o sujeito diaspórico africano se reconstrói enquanto identidade, visto que não é mais somente

¹¹ Influenciados por leituras pós-modernas, os construtivistas sociais tentaram decompor dois dos elementos fundamentais que antes especificavam a ideia da diáspora: “terra natal” e “comunidade étnico-religiosa”. Argumentaram que no mundo pós-moderno as identidades foram desterritorializadas e consideradas de modo flexível e situacional; consequentemente, os conceitos de diáspora tiveram de ser reorganizados em virtude desta complexidade, criticando alguns estudiosos que os utilizavam como “noções absolutistas de ‘origem’ e ‘pertencimento verdadeiro’”. (COHEN, 2008).

¹² Cohen adotou a expressão “diáspora desterritorializada” na segunda edição revista de *Global diasporas: a introduction* (1997), para substituir o termo “diásporas culturais”.

¹³ Cohen, a partir do ponto de vista de Stuart Hall, argumenta que na era do espaço cibernético a diáspora pode, num mesmo nível, ser sustentada e recriada pela mente, ou por meio de artefatos culturais, ou ainda, através de uma imaginação coletiva.

africano, mas também não inteiramente do “outro lugar” tornando-se, portanto, um duplo. Tal ideia de reconstrução das identidades presente nessas noções de diáspora, que abriga um sentimento pós-moderno de não pertença a nenhum lugar, de estar simultaneamente “dentro e fora”, é também uma resposta teórica e política à ideia de identidade negra fixa e homogênea:

A ideia de diáspora oferece uma alternativa imediata à disciplina severa do parentesco primordial e do pertencimento enraizado. Ela rejeita a noção popular de nações naturais espontaneamente dotadas de uma consciência de si próprias, compostas meticulosamente por famílias uniformes; ou seja, aqueles conjuntos intercambiáveis de corpos ordenados que expressam e reproduzem culturas distintas em absoluto, assim como pares heterossexuais formados com perfeição. Como uma alternativa à metafísica da “raça”, da nação e da cultura delimitada e codificada no corpo, a diáspora é um conceito que problematiza a mecânica cultural e histórica do pertencimento. Ela perturba o poder fundamental do território na definição da identidade ao quebrar a sequência simples de elos explanatórios entre lugar, localização e consciência. (GILROY, 2007, p. 151)

Como exemplo de tráfego bilateral, as formas culturais e políticas dos negros da diáspora põem em xeque e destituem a força explicativa das concepções que insistem na interpretação das identidades a partir de perspectivas afrocêntricas e eurocêntricas, ou seja, como transmissão de uma essência fixa ao longo do tempo (GILROY, 2001).

Elas fizeram com que a nação e a cidadania parecessem ser fenômenos naturais em vez de sociais – como que expressões espontâneas de uma distinção palpável numa harmonia interna profunda entre o povo e seus lugares de moradia. A diáspora é um meio apropriado para se reavaliar a idéia de uma identidade essencial e absoluta precisamente porque ela é incompatível com esse tipo de pensamento nacionalista e raciológico. Esta palavra está intimamente associada à idéia de semente para disseminar. Esta herança etimológica é um legado incerto e uma bênção imprecisa. Ela nos pede para que tentemos avaliar a importância do processo de dispersão em oposição à suposta uniformidade daquilo que foi dispersado. (GILROY, 2007, p. 154)

Dito isso, recorreremos novamente a Gilroy (2001, p.129) quando demonstrou como diferentes linguagens presentes nas experiências derivadas das expressões artísticas dos africanos escravizados atuaram como substitutos para as liberdades políticas formais que eram negadas a essas populações. “A arte se tornou a espinha dorsal das culturas políticas dos escravos e da sua história cultural” (GILROY, 2001, p. 129). O engajamento com as artes aconteceu principalmente devido ao acesso limitado dos africanos aos processos de alfabetização, o que fez, por exemplo, crescer o poder da música em proporção inversa ao poder da língua (tanto é que os legados deixados pelos povos negros, em sua maioria, consiste no conhecimento oral, repassado de um para outro através das gerações, sendo os filhos, netos, bisnetos, responsáveis em guardar e conservar a sabedoria africana). O refinamento das artes negras tornou-se, um importante mecanismo de comunicação, reivindi-

cação, contestação, já que não se restringiu ao poder das palavras faladas ou escritas.

Considerando ser a música um dos principais instrumentos na reprodução da cultura do *Atlântico Negro* e na conexão entre as diferentes comunidades da diáspora, a cultura produzida pelo som, bem como as histórias de deslocamento, empréstimos, transformação e reinscrição contínua, nos remetem também para a complexidade das culturas expressivas negras, desestabilizando as perspectivas que insistem na pureza e essências raciais. Dessa maneira, temos importantes referências nas lutas de emancipação, cidadania e autonomia negras, visto que exercem papel fundamental na conexão entre as diferentes comunidades da diáspora.

Os músicos, dançarinos, e artistas negros do Novo Mundo difundiram essas reflexões, estilos, prazeres através dos recursos insituacionais das indústrias culturais colonizadas e capturadas por eles. Essas mídias, principalmente a gravação de som, têm sido apropriadas às vezes com propósitos subversivos de protesto e afirmação. Os códigos vernaculares e as culturas expressivas constituídas a partir daquele novo começo de vida decorrente da escravidão racial reapareceram no centro de um fenômeno global que tem em geral ido além de noções inocentes de mero entretenimento (...). O que se entende de forma errônea como sendo simples mercadorias culturais tem servido para transmitir uma poderosa observação ética e política sobre direitos, justiça e democracia que enuncia, mas também transcende a crítica da tipologia racial moderna e as ideologias de supremacia branca. (GILROY, 2007, p. 159-60).

Quando nos referimos à rede de movimentos sociais, a diáspora negra apresenta-se, para Costa (2006, p. 125), como uma rede de comunicação específica, ou rede de redes específicas, que explica como se organizam as dinâmicas global e local na luta antirracista transnacional. Inseridas num “contexto transnacional de ação”, num espaço onde atuam os atores sociais, as estruturas de ação e os discursos da luta antirracista, a diáspora salta como categoria autolimitada, referindo-se à experiência de um grupo específico, nomeadamente com uma história particular. Partindo dessas vivências a diáspora apresentaria, portanto, as formas estabelecidas de resistência subalterna desses movimentos sociais.

Quando falamos de uma ótica de contextos transnacionais de ação, os quais não possuem territorialidade e temporalidade definidas, tendo em vista que neles as referências nacionais aparecem diluídas ou retiradas do contexto de origem, a maneira que os movimentos negros atuam no combate ao racismo, na diáspora, o caminho é traçado para encontros de ações políticas, com intuito de vencer as dificuldades dos procedimentos democráticos na busca por legitimidade nas decisões políticas.

Com efeito, a ação política germinada a partir do contexto da diáspora apresenta-se “como uma relação dupla entre o Atlântico Negro e a experiência nacional moderna: ao mesmo tempo compartilhamento e crítica, confiança e dúvida” por meio das quais as solicitações “são interpeladas em sua aspiração de universalidade, induzindo, localmente, processos de inovação cultural e social”

(COSTA, 2006, p.126 -127).

Para nos auxiliar nessa empreitada, a obra, *Pensar Nagô* (SODRÉ 2017) busca de maneira sutil empenhar-se em trazer o universo dos cultos afro, magnetizados por uma filosofia de vida, uma filosofia existencial. Muniz Sodré, docente da Universidade Federal do Rio de Janeiro, destaca que a filosofia não é exclusividade do pensamento ocidental europeu, que de maneira restritiva, confinou as concepções filosóficas aos intramuros acadêmicos, através da sistematização teórica do pensamento. Sodré altera “a voz ativa dos sujeitos de pensamento para a voz média dos sujeitos-objetos do ato de pensar vivendo (e não viver pensando)” (2017, p. 94). Dessa forma, estende a possibilidade da compreensão do pensamento filosófico ao campo das vivências litúrgicas, e atribui a quem vive no terreiro, como parte deste (sujeitos-objetos), a responsabilidade pela produção de sentido da crença. É o fazer filosófico dentro do terreiro.

Ao ampliar o olhar sobre a diáspora africana, o autor caminha com os pés bem fincados no chão dos terreiros, cujos caminhos nos direcionam à interpretação dos significados existenciais do pensamento nagô, entendendo-os como continuidade do saber africano, ao defini-lo como uma filosofia que ultrapassa a exclusividade do pensamento europeu. Assim, o autor expõe a pertinência do passado comum como forma de resistência para os sujeitos da diáspora. Para Sodré (2017), a filosofia da linguagem, atrelada aos timbres, vozes, sons, ritmos, fortalecem o sentido de pertença a uma origem e rege os signos, por meio dos corpos, dando significados à temporalidade, situando o ser num contínuo indivisível de seu destino. Ao tecer o espaço da diáspora com sons, danças, objetos, memórias, orixás e eguns, Sodré (2017) se propõe a ver nesses locais “o que todo mundo viu”. Com uma diferença, pensando “o que ninguém pensou”, ou seja, uma filosofia genuinamente africana experienciada pelos sujeitos dos espaços de liturgia.

O autor traz-nos um constructo teórico, que se estende a outras formas étnicas, presentes na diáspora escrava no Brasil – ao manter a particularidade de ter reinterpretado, um milenar patrimônio simbólico africano, dando lugar a instituições e formas de agir originais. Essa reinterpretação é uma filosofia, que, neste texto, apresentamos como a resultante de uma diátese média, isto é, uma modulação sustentada pela corporeidade característica da *Arkhé* e diversa da *diátese ativa*, que caracteriza os sistemas filosóficos ocidentais. Formulamos aqui a hipótese de uma filosofia que começa na cozinha da casa em vez de nos desvãos celestes da metafísica. Outro modo de apresentar este tópico é dizer que, quando a somatização do sagrado é maior do que a própria expressão verbal dos mitos, tem-se outra lógica, propriamente corporal, com outro sistema de pensamento consequente (SODRÉ, 2017, p. 66)

Na discussão desta hipótese vai-se verificar que há fortes pontos de contacto dialógico entre as diferentes filosofias, isto é, um mútuo atravessamento dos conceitos e das imagens trabalhados pela razão, tanto a instrumental quanto a sensível. O sábio alcance das flechas de Apolo tem afini-

dade com as flechadas de Oxóssi, assim como com a sabedoria de Orunmilá. Nos hiatos, nas entrelinhas e até mesmo em afirmativas dispersas é possível estabelecer analogias com os procedimentos afros, num movimento metodológico que podemos descrever como de modulação, no sentido propriamente musical do termo, de um sistema para outro. Não comungamos com as sobreposições “multiculturalistas”, em que o gosto do pensamento pelo “exótico” admite harmonizações, mas sempre sob a égide da lógica hegemônica (SODRÉ, 2017).

Dando seguimento à forma de pensar do autor, com a compressão do tempo e do espaço pelas tecnologias da comunicação, as identificações suscitam uma lógica diferente daquela pela qual a etnologia ou outros sistemas cognitivos ocidentais “traduziam” o mundo da *Arkhé* – dito apenas “místico” ou povoado de forças “animistas” – para a linguagem europeia. E isso não é uma mera operação “culturalista”: politicamente, trata-se de fazer compreender que a ideia de nação não implica algo dado para sempre, mas um projeto dinâmico e inconcluso em que a ficção “cidadã” de uma única e soberana etnia transforma-se necessariamente em diversidade, no influxo dos movimentos de redefinição democrática da sociedade nacional.

No nosso entendimento, de que as diferenças se determinam no processo e no encontro, a dialogia irá implicar, no limite, a indeterminação das posições ou das identidades supostamente fixas ou dadas para sempre. Desse empenho teórico não estão ausentes fortes implicações políticas e simbólicas, constituindo as forças capazes de enfrentar a pressão reprodutiva do sistema capitalista globalizado.

Na parte central de uma filosofia da diáspora, reside o que Sodré (2017) chama de “ponto de existência” como regência afetiva que propicia essa margem dentro de um contexto social marcado há séculos pela continuidade das políticas de servidão. O que nos interessa   a sugestão que confere a setores da condi o humana escravizada no Brasil, ao modo de uma “suspeita” filosófica, um estatuto intelectual jamais entrevisto pelo *status quo* etnológico. Por outro lado, abre caminho para a investiga o de algo inconcebível pela entidade “filosofia europeia”, moldada por teólogos germânicos: a possibilidade de um genuíno pensamento por parte de intelectuais “orgânicos” da diáspora africana.   lugar comum historiográfico o fato de os escravos negros, trazidos pelos colonizadores portugueses para o Brasil ao longo de tr s séculos, pertencerem a distintos grupos étnicos da África Ocidental, Oriental e Equatorial, mas os grupos denominados alternativamente como “nagôs” ou “iorubás” foram os últimos a chegar, entre fins do século XVIII e início do século XIX. Do grupo originário do reino iorubano de Ketu procede a maioria das institui es litúrgicas assentes na Bahia.

Pensando nos movimentos diaspóricos que disseminam, através dos ativistas, das organiza es locais e dos meios de comunica o, os clamores por justiça social, as negocia es e as rearticula es das diferenças, os mesmos surgem como desenraizados relativamente a contextos culturais

concretos ao mesmo tempo que podem ser “ancorados junto às formas de vida específicas das regiões” (Ibid., p. 129-30).

A compreensão da diáspora pode, sobretudo, explicar porque as reinvidicações por políticas afirmativas têm se capilarizado sobremaneira na América Latina e Caribe, não como um movimento de cópia de uma realidade exterior, mas sim como resultado de uma pressão para que tais experiências regionais bem sucedidas “sejam reproduzidas nas demais regiões, sobretudo quando essas experiências foram vividas naquelas regiões mais ricas e de maior influência dentro dos contextos transnacionais de ação”. (Id., p. 130)

Quando propusemos focar o conceito de diáspora nesta tese, foi na perspectiva de um sentido abrangente. Sugere-se que a diáspora seja pensada a partir de uma categoria explicativa do presente que configura, além da questão geográfica, uma condição política, estética e cultural, que acentua as ações desenvolvidas por essas populações ao longo dos séculos. Dito isso, as vivências dos deslocamentos, (forçados ou voluntários, reais ou virtuais) dos contactos e das trocas culturais apontam para novos caminhos na compreensão da dimensão e direção cultural e política das culturas “afro” espalhadas pelo mundo.

Assim, o sentido abrangente da diáspora torna-se uma nova *episteme*. Nova porque contribui para pormos em xeque as leituras modernas dos movimentos sociais negros promovendo releituras que se propõem a repensar as anteriores grandes narrativas, tomando como lócus enunciativo a situação de diáspora vivenciada pelas populações africanas, assim como a formação de públicos diaspóricos,¹⁴ que atuam no espaço cultural do *Atlântico Negro*. O que se percebe é que ao fazerem resignificar e recriar as narrativas da emancipação desviando o centro gravitacional do Ocidente e de suas categorizações logocêntricas, cria-se uma perspectiva mais policentrada e contracultural (REIS, 2012).

Inseridos num espaço-mundo cada vez mais comprimido, pela temporalidade imediata dos circuitos eletrônicos, é vital figurar um contexto também social ou global, em que diferentes modos de teoria ou de proposições com alcance concetual sejam confrontados ou postos em situação dialógica. Tais aspetos implicam um deslocamento epistêmico, segundo o autor, porque o que será então posto em pauta cognitiva não é mais apenas a revelação sociológica ou antropológica da existência de um sistema simbólico coerente, mas antes o reconhecimento de outra forma teórica que se possa designar como “filosófica” (porque este é o nome excelso do intercâmbio teórico no Ocidente) e com a qual seja possível a “dialogia” que designamos como *transcultural*. Não exatamente um “diálogo”, mas uma compenetração de posições, um vaivém analógico, para tornar mais clara a evi-

¹⁴ A ideia de públicos diaspóricos contempla não só os afrodescendentes, mas todos os novos públicos que apresentam uma inserção ambivalente no espaço público nacional: ao mesmo tempo em que partilham dele, compartilham redes transnacionais e se constituem como agentes permanentes de introdução de inovações sociais no contexto nacional (AVRITZER e COSTA, 2004, p.722-723).

dência de que não existem “identidades culturais” como fatos naturais ou primordiais mas sim como construções históricas, ainda que provenham de sociedades tradicionais onde os teóricos europeus de todas as datas resistem a reconhecer uma história autóctone (SODRÉ, 2017, p.89).

Ao falarmos das influências das diversas comunidades, as interferências culturais das várias nacionalidades como resultante de um processo de diáspora, em que as experiências são integradas, como fruto do processo de mudança, caminhamos para encontrar os conceitos deixados por Anderson (1983) em *Comunidades Imaginadas*.

1.5 Imaginário social nas comunidades imaginadas

A nossa observação aqui é de que as emoções coletivas funcionam como uma cola social dentro de um imaginário compartilhado numa longa história nas Ciências Sociais. Emoções coletivas já foram reconhecidas nas ideias sociológicas clássicas de Durkheim (1995[1912]). Para Durkheim, experiências deste tipo são essenciais, uma vez que faz uma comunidade existir para seus membros, tornando-a assim comunidade visível.

Num mundo cada vez mais globalizador, a diáspora é uma realidade para um número crescente de pessoas. As organizações de diáspora são particularmente interessantes neste contexto, dada as suas múltiplas funções como mediadores entre locais, pessoas e instituições. De acordo com Ghorashi (2004), as organizações de diáspora servem como redes de segurança, atuando como órgãos intermediários entre indivíduos e Estados, desempenhando um papel essencial na afirmação de novas formas de identidade e pertença como aquelas experimentadas no âmbito de comunidades diaspóricas. Até recentemente, os estudos têm tido tendência para se focar na diáspora e organizações de imigrantes em relação à participação e integração nas sociedades anfitriãs (Schrover e Vermeulen, 2005), questões de resolução de conflitos (Orjuela, 2008; Shain 2002) e redução da pobreza e desenvolvimento econômico em terras (Brinkerhoff, 2011; Newland e Patrick, 2004). Nos estudos dos media e culturais, organizações da diáspora têm recebido atenção limitada, geralmente em estudos de caso específicos. A dinâmica da construção de identidade, da auto-representação e da construção comunitária nas organizações de diáspora ainda são amplamente subestudadas.

A diáspora como fruto de uma migração é considerada uma experiência desestabilizadora porque embaralha a dialética entre diferentes eixos de pertença. De facto, a migração é tão física quanto simbólica: os migrantes não só saem de suas casas – deixam suas casas. Na diáspora, as organizações podem funcionar como elementos estáveis dentro dessa experiência desestabilizadora, oferecendo oportunidades de identificação (Ghorashi, 2004). Como Georgiou (2001) demonstrou no seu estudo sobre o consumo dos media no Centro Comunitário Cipriota no norte de Londres, uma

organização diaspórica (também um lugar físico neste caso) desempenha um papel significativo na construção quotidiana de identidades étnicas. Isso torna-as particularmente interessantes para o campo dos estudos culturais.

Um ponto de partida teórico útil para explorar a relação entre organizações, comunidades e identidades da diáspora é a concetualização seminal de Anderson (1983) de nações como “comunidades imaginadas”. O conceito pode ser aplicado à natureza construída de diásporas. Na teoria de Anderson, membros de uma nação, sem se conhecer entre si, têm uma compreensão comum de sua comunidade. Romances, jornais e outros produtos culturais oferecem aos cidadãos experiências compartilhadas e permitem que eles se entendam como membros da mesma comunidade. Numa veia semelhante, muitos autores concordam que as tecnologias dos media são fatores cruciais na reprodução e transformação de identidades diaspóricas (ver Tsagarousianou, 2004: 52). Nesta luz, identidades diaspóricas são ‘imaginadas’ e diásporas constituem ‘comunidades imaginadas’ nas quais o sentido de pertença é socialmente construído com base num imaginário comum de origem simbólica e passado mítico.

Sentimentos de pertença cultural se desenvolvem na intersecção (mais uma vez, fazemos referência ao nosso conjunto matemático de intersecção) de tempo e lugar: eles são embutidos na interação entre construções do passado, presente e futuro (Hall, 1990) e aqui e ali (Morley, 2001). O passado cristaliza através de memórias, que está relacionado com o imaginado ‘Nós’, o imaginado ‘Outros’ e os mitos comuns de raízes e rotas (Clifford, 1994). Comunidades imaginadas não são apenas relacionados com o passado, mas também com o futuro, para “onde estamos indo”, *grifo nosso*. Essa perspectiva futura tem a ver com a reprodução e renovação da comunidade (Georgiou, 2006: 51). Na esperança num futuro coletivo, o sentido de comunidade se fortalece. Além disso, a construção de identidade individual e coletiva tende a ter um elemento ativista, pois o fortalecimento de uma comunidade pode apoiar sua presença política, sendo este um dos principais aspetos da constituição efetiva da diáspora. Esta situação é particularmente relevante porque, na condição de migrante, a veia política é aquela que mais sobressai em cada ação nossa. O ser político está tão arraigado a nós, que não nos damos conta de que cada ato está imbuído do sentido descrito anteriormente. As organizações de diáspora representam a capacidade de transformar comunidades imaginadas, em grande parte virtuais, em comunidades de prática mais tangíveis, à medida que reúnem participantes em torno de atividades compartilhadas (por exemplo, celebrações, comemorações, festivais, manifestações) ou locais compartilhados (por exemplo, centros comunitários). Assim, precisamos de considerar não apenas o significado simbólico das organizações diaspóricas enquanto forjam construções de identidade, mas também o seu impacto na união física e tangível entre grupos reais de pessoas.

Um elo entre organizações e comunidades imaginadas pode ser encontrado no conceito de diáspora. Enquanto termos como ‘migrante’ ou ‘refugiado’ se relacionam com indivíduos, ‘diáspora’ implica coletividade e identidade de grupo (Brubaker, 2005: 4), apontando para o papel das redes e, por conseguinte, também das redes ou organizações estruturadas. No entanto, a diáspora é um conceito fortemente contestado. Brubaker (2005) refere-se à “diáspora” como “uma dispersão dos significados do termo no espaço semântico, conceitual e disciplinar” (p. 1). Clifford (1994), cerca de dez anos antes, revelara a essência das discussões em torno da diáspora, indicando os deslizamentos do termo numa isenção de responsabilidade para com a sua própria teorização de diáspora:

There is some slippage in the text between invocations of diaspora theories, diasporic discourses, and distinct historical experiences of diaspora. These are not, of course, equivalent. But in practice it has not always been possible to keep them clearly separate, especially since I am discussing a kind of ‘theorizing’ that is always embedded in particular maps and histories. (p. 302)

O facto do status do vocábulo ter sido fortemente contestado faz do conceito, ironicamente, uma ferramenta versátil para análise. Pode ser empregado para aludir a experiências, discursos e práticas e às inter-relações entre elas. Para explicar melhor isso, nós esboçamos como os pensamentos sobre a diáspora mudaram com o tempo. O termo diáspora encontra suas origens nas palavras gregas *speiro* (‘para semear’) e *dia* (‘atravessar’). Em grego antigo, era usado para se referir à migração e colonização. Mais tarde, tornou-se mais associado a uma experiência coletiva de trauma entre étnicas específicas ou grupos religiosos e sua dispersão geográfica. Armênios ou judeus são um exemplo de tais ‘diásporas vítimas’ (Safran, 1991). Afastando-se da ideia de um traumatizante êxodo, alguns estudiosos argumentaram, mais tarde, que as populações da diáspora também poderiam emergir de outras formas de migração, como a migração do trabalho. Nesta visão, a diáspora descreve qualquer grupo transnacional, grupo étnico disperso.

Além das definições e classificações de diásporas em estudos transnacionais, os estudos culturais entendem o conceito como socialmente construído através do discurso e da representação. A diáspora não é vista como uma identidade fixa, formação social ou experiência, mas sim como processo coletivo, envolvendo o reconhecimento de um apego emocional e cultural semelhante ao de uma comunidade (imaginada) que existe além das fronteiras do Estado. A construção de pertencimentos culturais é inerente à formação de diásporas (ver Hall, 1990). O conceito tem sido criticado, no entanto, por sua natureza homogeneizadora. Em seu estudo sobre comunidades transnacionais turcas, Aksoy e Robins (2003) formularam uma teoria que ecoou críticas. Eles argumentam que os estudos culturais diaspóricos permanecem presos numa mentalidade nacional e, em vez disso, num quadro transnacional. Hoje, é claro que tanto uma estrutura diaspórica quanto transnacional podem existir uma ao lado do outro, pois a diáspora pode ser considerada como “subconjunto específico de forma-

ções transnacionais que têm mais ampla escopo” (Faist 2010: 33) . Além disso, Faist argumenta que devemos mobilizar tanto o conceito de diáspora como o de transnacionalismo para investigar os processos de agenciamento dentro das estruturas globais.

Esse momento de desconstrução conceitual é um dos eixos aqui traçados. Quando as organizações e suas auto-representações estão em causa, uma terceira dimensão da diáspora emerge: diáspora como prática. Como Adamson (2012) escreve, grupos que são classificados como grupos de imigrantes em seu país de residência podem redefinir-se, assumindo o rótulo da diáspora: eles podem se posicionar como membros de uma comunidade transnacional maior que existem para além das fronteiras. Práticas diaspóricas podem, portanto, ser entendidas como fonte de empoderamento. Assim, a diáspora não é simplesmente um termo descritivo aludindo a grupos, experiências e pertença, mas também um termo prescritivo que permite uma cultura e reposicionamento político de grupos. Em nossa investigação da relação entre diáspora, organizações e comunidades, seguiremos os conselhos de Brubaker (2005) no sentido de usar diáspora como idioma, uma postura, uma afirmação: “devemos pensar na diáspora em primeira instância como uma categoria de prática, e só então perguntar se, e como, ele pode ser frutífero como uma categoria de análise” (p. 12). Vemos, assim, como a diáspora é usada empiricamente em auto-representações das organizações.

A seguir colocamos trechos da entrevista anteriormente referida, relativa a Pedro Brandão, o pai de santo do Templo de Urubatão, na Malveira, em Portugal, por forma a melhor entender a relação entre as práticas religiosas estudadas nesta tese e o conceito de diáspora:

(Questão colocada) Como se caracteriza a relação Brasil/Portugal quando falamos de religiões com viés africano, indígena, espírita?

São muitas influências brasileiras, portanto como já falei o meu vô de santo, Carlos Bub, teoria guaracyana, depois tenho o prazer de ter amigos no Brasil como: o pai Elcio de Oxalá, em São Paulo. O pai Felipe do Templo Caboclo Pena Azul, Mata da Silva, Pai Rubem Xaracene, Fernandino Moraes, Tata Tancredo. Eu vou a todas as vertentes possíveis, de Umbanda, com alguns tenho o privilégio de privar e conhecer e vou sempre que possível falando com eles e quando posso estar com eles, vamos debatendo e vendo ideias diferentes e é isso que é a beleza da Umbanda, portanto, ela é tão generosa que permite uma série de segmentos, se é que podemos dizer assim, diferentes. Umbandas com uma raiz mais africana, outras com uma raiz mais indígena, outras com uma raiz mais espírita, outras com uma raiz mais católica, e é isso que é a beleza da Umbanda. A Umbanda não tem tabus, não tem dogmas, e permite essa riqueza multicultural, por isso que eu digo a Umbanda é a junção de todos o que a torna naturalmente, perfeita. Neste sentido natural, mesmo da natureza, tendo em conta que os nossos orixás tão emantados, portanto, são na natureza, né? Quase que remetendo ao Pai Francelino Xampanã, do Brasil, da encantaria, não é? dos encantados que depois vai buscar todo o folclore fabuloso do Brasil, do boto, Cuca, é realmente. A Umbanda é muito rica e como tem a junção de todas essas religiões, realmente permite que cada um perceba o sagrado a sua forma, desde que, na minha opinião e atenção, tenha os chamados quatro pilares, que é a prática da caridade, não fazer distinção entre qualquer tipo de pessoa mediante a

sua orientação sexual, estatuto social, portanto, não há discriminação, não é? Não cobrar pelos trabalhos espirituais e não fazer sacrifício animal. Sei que existem vertentes da Umbanda das quais eu fiz parte com muito orgulho, como a Umbanda Omolokô, que tem sacrifício animal, mas o meu entendimento atual é que a Umbanda evoluiu, não é? A Umbanda não pode parar, a espiritualidade manifesta-se sempre, da forma, mediante as nossas limitações e as nossas capacidades de compreensão do próprio plano astral e espiritual. E a medida que vamos tendo mais conhecimento e mais capacidade, ela vai se revelando, por isso é que a Umbanda não para e está em constante mutação, é fabuloso. É isso que me fascina e pra minha mente que é muito inquieta e tem necessidade de conhecer, e tem necessidade de coisas novas e juntar o novo com o antigo, a Umbanda faz-me todo o sentido. É esta constante evolução, é essa constante dinâmica que ela proporciona que a torna apaixonante. A nível de ligações com o Brasil, tenho as melhores. Sempre que posso faço direto, como já fiz agora com o pai Élcio de Oxalá, com outros sacerdotes, participo também em reuniões através das redes sociais, que nos possibilitam isso mesmo. De outros grupos, de outros templos, no Brasil. E é isso que é fabuloso, portanto, as relações com o Brasil são as melhores, não é? Tendo em conta que a Umbanda se pode dizer uma religião brasileira com várias influências, como é evidente, de outros países, de outros cantos do mundo, mas podemos considerar de certa forma, a Umbanda brasileira. Então, as relações com o Brasil são mesmo, as melhores. (Apêndice, p. 276)

As dificuldades de reconhecimento de histórias nativas, originais e que fogem a tradição europeia são visíveis nos projetos sociais dos terreiros. Muitas pessoas não sabem o quanto esses espaços litúrgicos estão engajados no fomento e na prática do desenvolvimento de projetos sociais. É exatamente pensando na preservação da história e na contribuição social efetiva que a maior parte dos terreiros de Candomblé e de Umbanda conta, para além das funções sagradas, com importantes trabalhos para a redução da pobreza, incentivo ao conhecimento, à prática do ‘bem’, com oferta de *workshops* que estimulem a procura pelo saber, o desenvolvimento da arte, da cultura, através de oficinas com instrumentos musicais, entre outras atividades. São locais que distribuem cabazes (cestas básicas), com roupas e calçado; alguns oferecem atendimento com assistentes sociais e psicólogos, bem como atendimento jurídico; alguns têm convênios com clínicas dentárias, centros médicos, entre outras serviços. Para materializarmos concretamente estes exemplos, trazemos, através das palavras do responsável pelo Templo de Urubatão, Pedro Brandão, referência às contribuições sociais dadas pelo Templo.

(Questão colocada) Sabemos que os terreiros desenvolvem projetos sociais bonitos e de um cunho efetivo para mudança social. Quais são os projetos que o Templo Urubatão tem desenvolvido?

“Toda a componente religiosa é mesmo a social. Então, do Templo Urubatão nasce uma associação, que é a ajuda TU que também está no Facebook e no Instagram. A intenção é de não ser só para Umbandistas, mas para todas as pessoas, de todas as religiões que precisem de ajuda. Iniciamos com recolha de alimentos e roupas, e agora, felizmente estamos muito mais avançados, todos os domingos servimos refeições quentes, todos às quartas-feiras apoi-

amos uma associação dos amigos de rua, a alimentar moradores de rua, apoiamos mais de 65 famílias, com cabazes e aos domingos refeições quentes e vamos tentando suprimir as necessidades dessas famílias e de todas as pessoas que nos fazem chegar os seus pedidos. Em paralelo com isto, estamos a tentar abrir a nossa loja social, aproveitando as valências, de todos os associados da ajuda TU e dos filhos da casa, uns que são médicos, outros que são advogados, pedreiros, pintores, artistas. Criamos uma loja social onde as pessoas podem ter acesso a serviços como: medicina, ginecologia, urologia, e outras especialidades, pediatria, massagens de osteopatia, massagens aiurvédicas, todo o tipo de serviço. Apoio jurídico, para pessoas carenciadas, que não conseguem pagar uma consulta com o advogado, temos alguns advogados na casa que se voluntariaram para prestar esse serviço e infelizmente, ainda não conseguimos abrir a loja, porque a segurança social em Portugal ainda não aprovou o nosso estatuto de utilidade pública. A chamada IPSS. A ideia é: o maior número de associados para pagar as despesas do espaço, as consultas com um valor simbólico de 10 euros para associados, 20 euros para os não associados. Como evidência, se a pessoa não puder pagar, não paga a consulta. Além do espaço físico da loja que temos, temos uma equipa de rua que sai, para estar com os mais idosos, para cortar cabelos, arranjar unhas, as mãos, os pés, conversar, ajudar nas compras. São esses os projetos que eu me orgulho do Templo de Urubatão. Portanto, uma componente social, muito forte, grande, ainda agora em dezembro, fomos a um bairro na periferia de pescadores, levar presentes de Natal às crianças, promovemos espetáculos para angariar fundos para alimentos para que possamos apoiar cada vez mais as famílias e distribuir mais cabazes, mas nós damos também carne e peixe. A ideia não é só dar o peixe, dar a cana. É tentar que a pessoa no momento mais urgente tenha um auxílio e as ferramentas para que possa ter um trabalho melhor, candidatar-se a vagas mais bem remuneradas, e conseqüentemente ser mais feliz. Daí também a quinta porque depois tá tudo misturado, essa parte da aldeia, é para isso mesmo, para darmos curso de formação, agrícola, de hoteleira, de lavanderia, costura, cursos de formação, a nível de cozinha por termos filhos chefes de cozinha. Aproveitando a massa associativa do Templo Urubatão, os filhos da casa, para poder dar o contributo, daquilo que melhor sabem fazer, que é os anos de experiência que tem nas suas profissões do dia a dia, acatá-los e poder ajudar as pessoas dessa forma. Essa é a nossa principal missão. A vertente social é importantíssima no Templo Urubatão. Ajudar sem olhar a quem independente de ser umbandista ou não, porque na ajuda TU, as pessoas que nós usamos nem sabem que eu sou sacerdote. Apoiamos também outras associações como os meninos de ouro, a ajuda de berço, são os bebês órfãos, e aí ajudamos da forma que nos é possível, angariando alimentos, fraldas, leites que eles tem muita dificuldade, brinquedos, tudo que nos for aparecendo e que esteja em condições a nível de vestuários, até alguns computadores, e bicicletas, todo esse tipo de equipamento para fazer as crianças mais felizes. Um dia mais tarde, que essa pandemia passe, também com o tipo de ações e de voluntariado, peças de teatro, e uma série de outras ideias, e outros projetos que eu tenho em mente porque também apoiamos associações de animais, e acho que faz todo o sentido, até como formador, formar alguns animais e uma das crianças a treinar os cães, dessa forma para eles poderem concorrer ao serviço militar e policial já com uma formação de instrutores civis, e poderem também, caso entendam, não é? Progredir dentro dessa profissão e terem outras possibilidades, outras ferramentas, portanto, ajudá-los a entender que não há limites. Dando-lhes também as formações que possam vir a fazer chegar numa Universidade e ajudá-los a sonhar. Mas importante que ajudar a sonhar, é dar-lhes as ferramentas para construírem os sonhos. Na tal quinta, eu já falo dela como se existisse, porque na minha cabeça já existe, uma das grandes componentes vai ser receber mães vítimas de violência doméstica. Ajudar as mães e as crianças, formando-as com ferramentas e tentando integrá-las no mercado de trabalho com mais valências, mais competências, e poderem ser felizes e sonhar. (Apêndice, p. 277 e 278)

Lembramos, que veremos apenas a fala de Pedro Brandão, como entrevistado, no capítulo 1 e no final da tese (Apêndices) porque os outros terreiros que contactamos não nos deu retorno. A entrevista foi feita através de perguntas enviadas pelo *whatsapp* e pelo e-mail, no ano de 2021, no meio da pandemia, e já no final da tese. Pedro Brandão é o responsável pelos trabalhos da casa, pelo Templo de Urubatão, na Malveira, a quem voltamos aqui, a dar voz, a respeito da presença do sagrado nas redes sociais:

(Questão colocada) Como se deu a ocupação do sagrado nos espaços online?

A interação do Templo Urubatão com as redes sociais dá-se de uma forma natural, porque hoje em dia, faz parte do nosso cotidiano. Inicia para dar o conhecimento da abertura do Templo Urubatão, mostrar quem somos, onde estamos, o que fazemos, como pensamos, como agimos, o que é Umbanda? Inicia assim para chegar, cada vez a mais pessoas, e ter outra visibilidade, não é? Porque faz parte do nosso dia a dia, as redes sociais, as pesquisas na internet. E agora em época pandemia, mais do que nunca porque com a proibição do Templo estar aberto, criei os diretos todos os sábados, às 4h da tarde para falarmos sobre a Umbanda, e dessa maneira vamos mantendo a família coesa, vamos chegando a mais pessoas, vamos dando a conhecer a nossa forma de estar na Umbanda, a nossa visão da Umbanda e é bom. Portanto, mantemos o grupo coeso, damos a conhecer a nossa Umbanda, o que é Umbanda, na visão teológica do Templo Urubatão e é excelente. Deu-se de uma forma muito natural, porque as redes sociais têm essa facilidade, não é? Aproximarmo-nos de quem está longe e evoluiu gradualmente, já estamos a atingir uma boa audiência, nos diretos, depois com as partilhas nos grupos de Umbanda em Portugal e no estrangeiro. Tem sido muito bom, tem ajudado a projetar a Umbanda e o Templo Urubatão. (Apêndice, p. 278 e 279)

(Questão colocada) O que muda em termos de liturgia, informações nas páginas virtuais e no terreiro, espaço físico?

Muda muita coisa, a nível de conteúdos, apesar de eu dar sempre um cunho muito pessoal, e dar de mim, no sentido de que é fácil as pessoas entenderem a minha postura e a minha visão, mas eu acredito que a vivência de terreiro é importantíssima. Até pelo respeito da ancestralidade, esses laços que já lhe falei, que se criam da família, é muito importante a vivência de terreiro¹⁵. E vivenciar o terreiro, respirar o terreiro, ter o pé no chão do terreiro é mui

¹⁵ Organização responsável por um tipo de visibilidade, portanto, por aquilo que transforma em existente um suposto inexistente ou algo socialmente conotado como de fraca intensidade existencial. Essa comunidade, que inaugura uma experiência inédita no interior de um ordenamento social hegemónico, implica um tipo novo de subjetivação, em que ocupam um primeiro plano a experiência simbólica do mundo, o primado rítmico do existir, o poder afetivo das palavras e ações, a potência de realização das coisas, as relações interpessoais concretas, a educação para boa vida e para a boa morte, o paradigma comunitário, a alegria frente ao real e o reconhecimento do aqui e agora da existência. Este último traço deixa manifesto, principalmente, que essa subjetividade não tem no pescoço a corda teológica, nem os pés fincados na presunção da eternidade. Ora, essa perspectiva opera decididamente na contramão da etnologia que atribui a esse tipo de comunidade a categoria fechada do tradicionalismo enquanto reserva de sentido de um suposto passado. Na verdade, a experiência *nagô é moderna*, quando se selecionam, dos múltiplos significados do termo modernidade, meios de afetação da temporalidade como inovação e insolência. De que maneira se afeta? Certamente, criando-se outra comunidade de dados sensíveis (o *egbé*, o terreiro), onde os modos de percepção e participação apontam para outro tipo de organização social. São meios atuantes em componentes centrais do fenómeno moderno, como transformação, conflito e reelaboração da subjetividade. Evidentemente, isso também ocorre na modernidade europeia, mas sob a centralidade do progresso económico e da tecnologia (SODRÉ 2017).

to importante. O online permite chegarmos a outras pessoas, manter nesta fase da pandemia, o grupo coeso, mas a nível de informação, e de formação teológica, há muitas informações que eu só passo na casa aos filhos da casa, em camarinhas, ou outros tipos de rituais específicos para ogãs, ou médiuns de corrente, médiuns de passe que no online não faço porque não me faz sentido, até porque no online, fala-se de uma versão mais abrangente da Umbanda. Dar a conhecer as linhas de trabalhos, as entidades, no terreiro aprofunda-se mais, vamos mais ao cerne da situação que permite, uma linguagem de certa forma mais complexa porque os filhos da casa já estão afinados com a minha forma de estar na Umbanda e de entender a Umbanda, e eles acreditam nela e gostam dela, presumo eu. E então vamos mais a outros tipos de raciocínio, buscando outras religiões, física quântica, portanto é uma Umbanda mais direta, olho no olho, porque acredito que uma das componentes mais importantes da Umbanda é a transmissão oral, que vem também da vertente africana e também das outras vertentes, através de contos, de lendas, da interpretação dessas lendas, dos ensinamentos que os mais velhos nos passam. Como diz o ditado: só se senta para ensinar quem sentou para aprender. Eu acredito a 100% na importância da vivência do terreiro, o estar no terreiro e aprender com as entidades e com os guias. O online não permite o contato com os guias. (Apêndice, p. 279)

Com a sensação de que os dias estão passando cada vez mais depressa, há claramente uma compressão do espaço-tempo causada também pela rapidez da tecnologia, pelos engajamentos com os sites, com as contas do *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, ou ainda atentos aos *lives*, que acontecem constantemente, ou com algum equipamento eletrônico nas mãos, atentos ao *Whatsapp*, a maior parte do dia. A entrada da religião, mais especificamente dos grupos religiosos candomblecistas e umbandistas, revigora, reformula, naturaliza o dinamismo, dá a oportunidade da audiência participar “efetivamente” do conteúdo exposto e mostra-se atenta ao “fenómeno recente” da tecnologia a ocupar estrategicamente esses espaços, mais ainda em tempos de pandemia. Neste contexto, em que as pessoas são encorajadas a ficarem o máximo de tempo em casa, como forma de se proteger e de assegurar a sobrevivência, o consumo das redes sociais aumentou significativamente,¹⁶ com as pessoas a procurarem passar mais tempo conectadas em busca de informação sobre a pandemia, em contato com os amigos das redes sociais, navegando nos espaços que de alguma forma proporcionavam alguma distração, num momento delicado com a presença invisível do vírus, com o qual o mundo ainda convive.

Diante desse facto concreto, encontramos mais um motivo para trazer as redes sociais para a

¹⁶ O *Facebook* apresentou informações de que nos países mais atingidos pelo Covid-19, o número total de mensagens aumentou em 50% em maio de 2021. O mesmo aconteceu com as chamadas de vídeo e voz, mais do que duplicaram no *Messenger* e no *Whatsapp*. Segundo o Facebook, o aumento do tráfego revela-se principalmente nos serviços de mensagens, apesar de mais pessoas usarem o *feed* e as *stories* para se manterem em contato com os familiares e amigos. Recentemente, num relatório, a *Socialbakers*, empresa de análise de dados, constata que as pessoas procuram o *Facebook* para procurar notícias e vão ao *Instagram* para se desligar das informações da pandemia. O texto publicado em abril do ano passado, mostra que nas últimas semanas de março, os seguidores de páginas de marcas no Facebook passaram mais tempo online. Entre 16 e 22 de março de 2020, no início da pandemia, os fãs de páginas de marcas passaram mais 11,9% do seu tempo no *Facebook*, em comparação com os últimos sete dias de fevereiro de 2020. Informações em: <https://comteudo.webtexto.pt/coronavirus-aumento-consumo-de-conteudos-pandemia/> Acesso em: jun. 2021.

nossa tese. Pensando nos conteúdos dos espaços online e como as religiões vão beber e produzir conteúdos para esses locais, optámos então para incluir o subcapítulo que segue abaixo.

1.6 Religiões em tempos de pandemia

Nos anos atípicos que foram os de 2020 e 2021, em que desde o mês de março de 2020 se vive uma pandemia sem data certa para terminar, o consumo religioso aumentou nas redes, ao se defrontar com os templos de pedra fechados, como parte do confinamento rígido, isolamento social, distanciamento, adotados pela maior parte dos países para conter a disseminação do vírus, que matou mais de 4,55 milhões ao redor do globo.¹⁷ A oração virtual, o terço online, a vela acesa na internet, os debates com outros líderes religiosos em plataformas online com convite aberto a comunidade para participar, o depósito de uma flor num altar e neste caso específico, as festas nos terreiros de candomblé e umbanda de Portugal, as *lives* com pais e mães de santo para debater a religião, as fotografias tiradas nas cerimónias restritas, com agendamento prévio, os vídeos elaborados em meio a pandemia e disponibilizados em rede. Como noutros países, essas e outras práticas adotadas e incorporadas pelas casas de culto contou com transmissões ao vivo pelo *Facebook*, *Instagram* e plataformas de reuniões virtuais, como o *zoom*.

A ocupação desses espaços online, juntamente com inúmeros outros setores sociais, coloca a religião num patamar próximo dos conteúdos associados ao mercado, já que, agora, para sobreviver ao proposto pela tecnologia, necessitará nutrir, se adequar, pensar estrategicamente a produção de sentidos para as plataformas. Estas últimas são nutridas essencialmente por imagens, as quais tem também contribuído para o peso simbólico da mensagem comunicacional da Igreja Católica ao longo dos anos, historicamente falando. Faremos, neste contexto, um breve apanhado de alguns momentos emblemáticos do Papado captados nos media.

A primeira imagem registada em filme do Papa, Leão XIII, data de 1896;¹⁸ a primeira transmissão da voz papal na rádio dá-se em 1931, quando da fundação da Rádio Vaticano por Pio XI;¹⁹ a primeira transmissão de imagens papais, desta vez de Pio XII, na televisão acontece no ano de 1949;²⁰ e ainda o primeiro e-mail enviado por um Papa, João Paulo II, consistindo numa mensagem transmitida através da internet aos bispos que estavam na Oceania, em 1995.

¹⁷Cf. https://www.google.com/search?q=quantas+peoas+morreram+de+covid+no+mundo&rlz=1C1JZAP_pt-BRPT913PT914&oq=quantas+&aqs=chrome.0.69i59j69i57j0l8.1949j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8. Acesso em: setembro de 2021.

¹⁸ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=vzLduvnW-FA>>.

¹⁹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=0yaZWYNw0sc>>.

²⁰ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=r8IpsH3XGtK>>.

Foram alguns momentos determinantes para a comunicação do Vaticano com o mundo. Por isso, escolhemos uma das imagens mais emblemáticas do período da pandemia, que foi a do Papa Francisco, numa praça vazia, sozinho, com uma expressão de receio, num dia chuvoso e escuro, abençoando o planeta. A imagem data do dia 27 de março de 2020, em que, numa sexta-feira santa, o Papa celebrava a bênção extraordinária *Urbi et Orbi* (à cidade e ao mundo) a todos os fiéis, na Praça de São Pedro, no Vaticano. Essa imagem circulou pelo mundo através das redes sociais, dos telejornais, dos impressos e dos canais digitais. Na bênção transmitida ao vivo pela internet, o pontífice pediu aos católicos que tivessem fé, paciência e demonstrassem união em tempos difíceis. A atitude inédita na história do Vaticano permitiu que mais de 1,3 bilhões de católicos obtivessem o perdão de seus pecados. Todavia, foi a primeira Semana Santa, na era moderna, sem fiéis, nem procissão.

Dono de uma voz serena e com um rosto preocupado, o Papa Francisco, após a leitura do Evangelho, Marcos, capítulo 4:35,41, realiza a homilia que se caracteriza por uma leitura breve, nas palavras que se eguem:

“Ao entardecer, assim começa o Evangelho que ouvimos. Desde há semanas que parece o entardecer, parece cair a noite. Densas trevas cobriram as nossas praças, ruas e cidades; apoderaram-se das nossas vidas, enchendo tudo de um silêncio ensurdecedor e um vazio desolador que paralisa tudo à sua passagem: pressente-se no ar, nota-se nos gestos, dizem-no os olhares. Revemo-nos temerosos e perdidos. À semelhança dos discípulos do Evangelho, fomos surpreendidos por uma tempestade inesperada e furibunda. Demo-nos conta de estar no mesmo barco, todos frágeis e desorientados, mas ao mesmo tempo, importantes e necessários: todos chamados a remar juntos, todos encarecidos de mútuo encorajamento. E, neste barco, estamos todos. Tal como os discípulos que, falando a uma só voz, dizem angustiados “vamos perecer” (cf. 4, 38), assim também nós nos apercebemos de que não podemos continuar na estrada, cada qual por conta própria, mas só o conseguiremos juntos.

Rever-nos nesta narrativa é fácil; difícil é entender o comportamento de Jesus. Enquanto os discípulos naturalmente se sentem alarmados e desesperados, Ele está na popa, na parte do barco que se afunda primeiro... E que faz? Não obstante a tempestade, dorme tranquilamente, confiado no Pai (é a única vez no Evangelho que vemos Jesus a dormir). Acordam-No; mas, depois de acalmar o vento e as águas, Ele volta-Se para os discípulos em tom de censura: “Porque sois tão medrosos? Ainda não tendes fé?” (4, 40).

Procuremos compreender. Em que consiste esta falta de fé dos discípulos, que se contrapõe à confiança de Jesus? Não é que deixaram de crer N’Ele, pois invocam-No; mas vejamos como O invocam: “Mestre, não Te importas que pereçamos?” (4, 38) Não Te importas: pensam que Jesus Se tenha desinteressado deles, não cuide deles. Entre nós, nas nossas famílias, uma das coisas que mais dói é ouvirmos dizer: “Não te importas comigo”. É uma frase que fere e desencadeia turbulência no coração. Terá abalado também Jesus, pois não há ninguém que se importe mais connosco do que Ele. De facto, uma vez invocado, salva os seus discípulos desalentados.

A tempestade desmascara a nossa vulnerabilidade e deixa a descoberto as falsas e supérfluas seguranças com que construímos os nossos programas, os nossos projetos, os nossos hábitos e prioridades. Mostra-nos como deixamos adormecido e abandonado aquilo que nutre, sustenta e dá força à nossa vida e à nossa comunidade. A tempestade põe a descoberto todos os propósitos de “empacotar” e esquecer o que alimentou a alma dos nossos povos; todas as tentativas de anestesiar com hábitos aparentemente “salvadores”, incapazes de fazer apelo às

nossas raízes e evocar a memória dos nossos idosos, privando-nos assim da imunidade necessária para enfrentar as adversidades.

Com a tempestade, caiu a maquiagem dos estereótipos com que mascaramos o nosso “eu” sempre preocupado com a própria imagem; e ficou a descoberto, uma vez mais, aquela (abençoada) pertença comum a que não nos podemos subtrair: a pertença como irmãos.

“Porque sois tão medrosos? Ainda não tendes fé?” Nesta tarde, Senhor, a tua Palavra atinge e toca-nos a todos. Neste nosso mundo, que Tu amas mais do que nós, avançamos a toda velocidade, sentindo-nos em tudo fortes e capazes. Na nossa avidez de lucro, deixamo-nos absorver pelas coisas e transtornar pela pressa. Não nos detivemos perante os teus apelos, não despertamos face a guerras e injustiças planetárias, não ouvimos o grito dos pobres e do nosso planeta gravemente enfermo. Avançamos, destemidos, pensando que continuaríamos sempre saudáveis num mundo doente. Agora nós, sentindo-nos em mar agitado, imploramos-Te: “Acorda, Senhor!”

(...) Queridos irmãos e irmãs, deste lugar que atesta a fé rochosa de Pedro, gostaria nesta tarde de vos confiar a todos ao Senhor, pela intercessão de Nossa Senhora, saúde do seu povo, estrela do mar em tempestade. Desta colunata que abraça Roma e o mundo desça sobre vós, como um abraço consolador, a bênção de Deus. Senhor, abençoa o mundo, dá saúde aos corpos e conforto aos corações! Pedes-nos para não ter medo; a nossa fé, porém, é fraca e sentimo-nos temerosos. Mas Tu, Senhor, não nos deixes à mercê da tempestade. Continua a repetir ao nosso ouvido: “Não tendes medo!” (Mt 14, 27). E nós, juntamente com Pedro, “confiamos-Te todas as nossas preocupações, porque Tu tens cuidado de nós” (cf. 1 Pedro 5, 7, tradução nossa).²¹

Figura 1- Sozinho, devido à pandemia, Papa Francisco concedeu a bênção *Urbi et Orbi*, durante a Páscoa, no Vaticano.



Fonte: site G1.globo.com, em 27 de março de 2020. Foto: Guglielmo Mangiapane/Reuters.

As repercussões mediáticas em torno da solidão do Papa na Semana Santa, num dos períodos de maior movimentação de católicos no mundo, rendeu-lhe comentários e nos revela a possibili-

²¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=VUIDliD2MVo>

dade de uma transmissão virtual num espaço sem ninguém a que, do outro lado da tela, assistem milhões instantaneamente ao que é dito. Por mais que a igreja tenha pensado no significado da utilização das plataformas online, a pandemia forçou-a a negociar mais depressa com o digital, como maneira de sobrevivência “em tempos das densas trevas”, como sublinhou o Papa Francisco.

Esta situação demonstra com clareza que a Igreja também se adapta às novas linguagens e traduz a sua doutrina nas modalidades comunicacionais das plataformas sociodigitais, “onde o conhecimento é partilhado no âmbito de intercâmbios pessoais” (BENTO XVI, 2011, s/p).

Essa transmissão também nos revela que a liderança religiosa é vista como sendo desempenhada por uma pessoa mais próxima das necessidades momentâneas, nomeadamente do tempo regido pela tecnologia, ou seja, a figura papal também procura inteirar-se do processo tecnológico para estar mais perto dos fiéis, indo onde as pessoas estão, para conseguir estabelecer um vínculo mais afetivo e efetivo num tempo em que pregar a palavra pode atingir um crescente número de indivíduos, segundo as diretrizes atuais das ferramentas de que dispomos. E, de facto, não há outra maneira de realizar as pregações com a dimensão citada sem as Igrejas se apropriarem dos media e das respetivas ferramentas para continuar a ‘impactar’ as audiências.

Ocupar as redes sociais, *Facebook, Twitter, Instagram*, faz também com que as instituições para permanecer nos espaços, devem seguir os protocolos empresariais indicados pelas instituições comunicacionais e os protocolos sociais que os usuários vão elaborando com as interações. Ao ocupar espaços que não são neutros, quais as novas tendências que essa decisão irá provocar ou que já está provocando no aspeto sagrado? Como é que as diferenças são sentidas no dia a dia da crença? São mudanças temporárias ou que aos poucos se ajustam ao formato e a demanda vinculada ao sagrado?

O antigo Papa Bento XVI enfatizava que “o envolvimento cada vez maior no aerópago digital público das chamadas *social networks* [...] influi sobre a percepção de si próprio e, por conseguinte, inevitavelmente, coloca a questão [...] da autenticidade do próprio ser” (2011, s/p). Segundo SBARDELOTTO (2016), percebia-se o temor da Igreja Católica diante dos riscos que poderiam estar envolvidos, do seu ponto de vista, como instituição, na sua entrada nesse “aerópago”. Como Igreja, poderiam estar em risco a “percepção de si própria” e a sua própria “autenticidade”, justamente pelas redes comunicacionais online serem num ambiente sem controlo institucional próprio em relação ao que ali circula socialmente.

Para o Papa Emérito, no cenário digital deveria haver um esforço maior para conhecer a verdade do Evangelho na sua “integridade” em vez de “torná-la aceitável, talvez mitigando-a” (BENTO XVI, 2011, s/p).

Durante o Estado de Emergência decretado por inúmeros países na primeira quinzena de março de 2020, a Igreja Católica bem como as outras crenças suspenderam as atividades por tempo

indeterminado, na tentativa de conter a propagação do vírus, Covid-19. As celebrações foram realizadas nas plataformas online, gravadas e disponibilizadas em seguida, para o fiel que não pode ver ou assistir presencialmente naquele momento. Em Portugal, os cultos, as liturgias presenciais voltaram a ser celebradas no final do mês de maio, na mesma altura em que, de maneira restrita, cuidadosa e responsável, começaram a ser abertas as casas de culto, entre as quais os terreiros de Candomblé e Umbanda, que, de forma limitada e vagarosamente, tentavam aos poucos voltar a realizar as atividades presenciais, tendo nas atividades online um braço de sustentação para a continuidade da propagação da mensagem.

Lembremo-nos que depois de as instituições religiosas terem “descoberto” os benefícios de estarem no domínio online, as atividades religiosas, como celebrações, continuaram a ser transmitidas nos canais das redes sociais, mesmo após as autorizações das entidades científicas e das autoridades da saúde no sentido de assegurar o retorno ao presencial.

Depois de uma Páscoa inédita, a cujas celebrações os fieis assistiram a partir de casa, o Santuário de Fátima celebrou os dias 12 e 13 de maio sem peregrinos nos seus espaços, pela primeira vez na sua história.²² O Santuário está localizado na cidade de Fátima, concelho de Ourém, em Portugal. “Estes tempos foram e têm sido muito estranhos”, diz ao *Público* Luís Ribeiro, acólito na Paróquia de Nossa Senhora da Fé, em Monte Abraão, Sintra.²³ A comunidade católica adaptou-se: Eucaristias celebradas em direto no *Facebook*, videoconferências para rezar o terço em comunidade, partilhas de cantinhos de oração nas redes sociais.

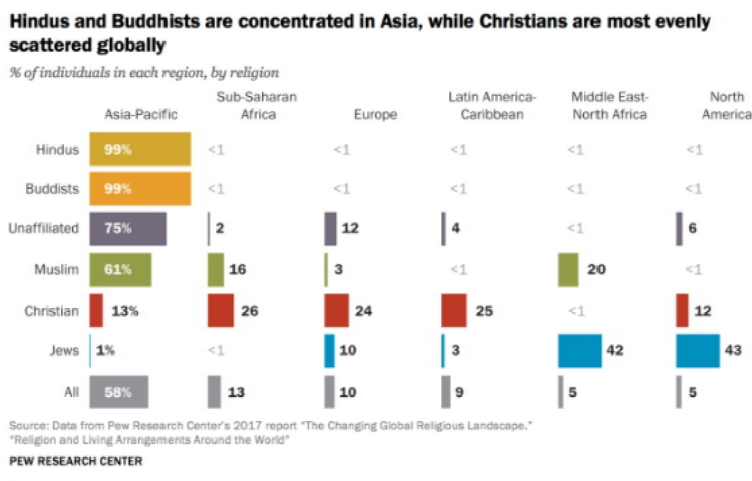
Templos hindus na Índia também tiveram os acessos condicionados. A segunda maior população do mundo seguiu o isolamento distante dos templos. Pensando estar inseridos eficazmente nesta ‘nova realidade’, o jornal brasileiro, *Estado de Minas*, disponibilizou um vídeo de como a fé foi vivenciada durante a pandemia.²⁴

²² O Santuário de Fátima é um local de devoção católica e peregrinação cristã. A fundação deve-se, sobretudo, às aparições de Nossa Senhora aos três pastorinhos – Lúcia dos Santos, Francisco e Jacinta Marto, no ano de 1917. É um dos mais importantes santuários do mundo, e que em 2019, na mesma celebração, terá recebido cerca de 6,3 milhões de peregrinos, segundo dados do site mundolusiada.com.br. Acesso em: 12 de jul. 2020,. Destacam-se, entre os visitantes, grupos de Espanha, Itália e Polónia. Os Estados Unidos também estavam representados, além da Ásia, com destaque para a Coreia do Sul, Filipinas e Vietname, e, no tocante à América Latina, com participação do Brasil.

²³ Informações em: publico.pt/2020/05/13/sociedade/vídeo/fe-tempos-covid19-manifestase-alturas-20200513-015753. Acesso em: mai. 2021.

²⁴ Essas informações podem ser vistas no vídeo: Como as religiões estão contornando o vírus para manter fieis, disponível em: <https://youtu.be/UszJ9oO-QZU> Acesso em: 11 jul. 2020.

Figura 2 - Quem são e onde estão estruturadas as maiores religiões do mundo



Dados da *Pew Research Center*, acesso em: pewforum.org, visto em 18 de julho de 2020.

Segundo o gráfico acima, fornecido pelo *Pew Research Center*, a maioria dos muçulmanos vive na região da Ásia-Pacífico, mas também existem grandes populações muçulmanas nas regiões do Oriente Médio, Norte da África e África Subsaariana. A maioria das pessoas religiosamente não afiliadas do mundo e partes ainda maiores de todos os budistas e hindus vivem na Ásia, enquanto os judeus estão concentrados em Israel e nos Estados Unidos (tradução nossa).

Em conformidade com os diálogos outros, as adaptações e as estratégias utilizadas por um determinado tipo de público – demandas que dialogam eficientemente com o mercado, além do histórico de preconceitos, de repressões que giram em torno dos terreiros de Candomblé e Umbanda –, fizeram nascer este trabalho. Não menos importante, o meu papel de comunicadora, na tentativa de contribuir para o combate à intolerância religiosa, por exemplo, estimulando o conhecimento antes de julgar, deram-nos fôlego para desenvolver esta pesquisa que será apresentada resumidamente através dos seguintes capítulos.

No segundo capítulo, apresentamos a composição do contexto religioso e sociocomunicacional do Candomblé e da Umbanda em Portugal, referenciado por Drescher (2011) como “Reforma Digital”, composta por conexão, participação, criatividade, colaboração voluntária dos usuários, encorajados pelo uso dos media sociais digitais em diversos aspectos da vida diária, incluindo a vida na fé. E mais, com a inserção da religião nos espaços online, estruturamos quatro eixos de análise para este capítulo. O primeiro, os media como dispositivos técnicos que serão reconfigurados a partir dos nossos usos. Em seguida, a comunicação ligada ao consumo, numa perspectiva de olhar simbólico. O

terceiro, a consciência que tem os consumidores ao buscarem engajar-se com o sagrado em rede, através da Teoria de Usos e Gratificações e por último, o que chamamos de audiência.

No terceiro capítulo, apresentamos a nossa metodologia, fruto de uma reconfiguração no nosso objeto, (a etnografia de web, ou netnografia), nos terreiros em Portugal, sublinhando a nossa atuação e defendendo a nossa escolha. Analisamos cinco *fanpages* dos terreiros de Portugal, escolhidos pelos números de seguidores, pela interatividade e pela quantidade de informação que disponibiliza, paralelamente com os site oficiais de cada terreiro. Foram eles: o Templo de Umbanda Tenda de Oxossy (TUTO), localizado em Aveiro; ATUPO, Templo de Umbanda Pai Oxala, em Braga; o Terreiro Espiritual de Umbanda Caboclo Nharauê; por ter representatividade em três locais distintos em Portugal, como: Coimbra, Lisboa (Sintra) e Algarve); o Templo Lendas de Aruanda, em Leiria e o Templo de Urubatão, na Malveira. Foi neste capítulo, ainda antes da conclusão, que buscamos expor a materialidade da pesquisa (expressa também nas redes sociais, com ênfase no Facebook).

No quarto capítulo, na análise dos resultados, trazemos os conceitos de mediatização ancorados em autores como Hernes (1978), Hjarvard (2008), Gomes (2013, 2015). E ainda questionamos o dispositivo comunicacional, proposto por Lévy (1997), de “um para um” e de “um para todos”, comparando-o com a perspectiva de Dahlgren (2005), em que o autor ressalta a dissolução na internet do modelo proposto por Lévy, exatamente pela comunicação em grupo poder ser atribuída tanto à comunicação de massa quanto à interação. As três dimensões citadas por Dahlgren (2005) – a estrutural, representacional e internacional – fornecem assim um ponto de partida analítico para examinar a esfera pública de qualquer sociedade ao analisar a contribuição da tecnologia da comunicação.

2. Revisão de Literatura

The Internet is often not experienced as a transcendent “cyberspace” in contemporary society, but has become something which is embedded into people’ lives in ways which are meaningful within specific contexts. (Bakardjieva, 2005)

Começamos o capítulo com essa citação por compreender o papel que a internet tem adquirido nos últimos anos, tornado-se, com as mudanças quase que diárias, extensão dos nossos ‘eus’, sujeitos que dia a dia, tornam-se mais dependentes das redes sociais, das plataformas online, da linguagem HTML. Sem presunção, ou arrogância, não é precipitado afirmar que as demandas de um tempo presente, como uma pandemia que vivemos e estamos vivendo, tem mostrado a forte dependência à produção de sentido associada diretamente ao cenário tecnológico. Quando ampliamos o debate para as discussões religiosas, observamos um investimento crescente nesse caminho, com intuito de buscar inserções, ampliar os locais de propagação da palavra e sintonia com o público/fiel, numa clara demonstração de que o foro religioso está interessado em estrategicamente ocupar espaço nas plataformas online, o que demanda, sobretudo, recursos simbólicos.

O falar no online implica que o percurso será feito em um caminho repleto de complexidade, um caminho que tem demonstrado fôlego por parte das religiões para reinventar-se e recriar-se estrategicamente, em tempos em que não se imagina a produção distante das nossas mãos, neste caso, telemóveis, tablets, iPods, notebooks. O acesso a esses locais, tecnologicamente falando, requer costuras específicas para que o fiel, o curioso, o religioso, se sinta imerso e contemplado com a mensagem, seguida de artefatos imagéticos e sonoros na composição do todo.

Na composição do contexto religioso e sociocomunicacional, as instituições religiosas, candomblecistas e umbandistas, deparam-se com um fenômeno que Drescher (2011) refere como “Reforma Digital”, composto por conexão, participação, criatividade, colaboração voluntária dos usuários, encorajados pelo uso dos media sociais digitais em diversos aspectos da vida diária, incluindo a vida na fé. Como nos traz a autora:

... ao contrário das reformas eclesiais anteriores, a Reforma Digital é movida não tanto por teologias, dogmas e política - embora estes certamente estejam sujeitos a um questionamento renovado - mas sim pelas práticas espirituais digitalmente intensificadas de crentes comuns com acesso global entre si e a todas as formas de conhecimento religioso previamente disponíveis apenas ao clero, aos estudiosos e a outros especialistas religiosos. Isso coloca praticamente tudo em jogo – nossas tradições, nossas histórias, nossa compreensão do sagrado, até mesmo a estrutura e o significado dos textos sagrados que nós pensávamos que haviam sido assegurados em um cânone duradouro, há muito tempo no quarto século (DRESCHER, 2011, p.12, APUD Sbardelotto, 2016, p. 33).

Se a Reforma Protestante²⁵ foi uma revolução religiosa que originou uma revolução sociocultural (BOFF, 1986), podemos dizer que a “Reforma Digital” se manifesta como uma revolução sociocultural que está desencadeando uma revolução religiosa.

“A pregação do evangelho a toda criatura”, renova o suspiro da criatura oprimida, que agora, através dos *bits* e das inúmeras informações disponibilizadas nas plataformas online, propaga em larga escala a mensagem “vinda dos céus”. Afinal, não existem desculpas para não se conectar em qualquer lugar, a qualquer hora, a qualquer momento. A internet não dorme e a palavra de Deus, contida nas plataformas digitais, também não. O consumo dos conteúdos sagrados tem demonstrado força nos media e ressignificado os conceitos que cercam o universo religioso. Como uma extensão dos templos de pedra, os templos, ou não templos, erguidos digitalmente, pela praticidade, pelo fácil acesso, pelos custos mais baixos, quando consideramos os deslocamentos, pela mensagem que também precisou se reinventar para estar lá, pelo dinamismo da linguagem e, sobretudo, pelo poder que adquire ao dialogar com o público que passa horas conectado. Aspectos que aos poucos, constrói pilares compostos e concretos, podemos dizer, por códigos e números. É a essa criatura, ávida por mensagens rápidas e de poucos caracteres, que a religião busca comunicar-se e complementar-se ao oferecer conteúdo online.

A exposição e o consumo dos conteúdos simbólicos são condicionados no tempo e no espaço. Por exemplo, uma produção televisiva, para ser consumida, há um tempo, demandava que a audiência estivesse à frente da TV, numa determinada hora do dia e num dia, ou dias específicos da semana. Completamente diferente da característica dos novos media, que segundo McQuail (2013) trazem a digitalização, implicando a redução dos conteúdos simbólicos a um código binário, além da partilha do processo de produção, distribuição e armazenagem.

Dessa forma, o autor citado diz ser as “novas formas culturais”, dos novos media, resultado da intervenção do computador não só para a produção, “mas para a transmutação entre códigos ou sistemas, distribuição e armazenagem”. Assim, através de códigos binários, imagens, textos, áudios, vídeos, *lives*, jogos e fonogramas podem ser acessados e, em alguns casos, modificados e partilhados, por *streaming* ou *download*, principalmente, através da Internet. Um outro aspecto fundamental é a convergência dos formatos dos produtos mediáticos, e aqui citamos a literatura, o jornalismo, os programas televisivos, o cinema, os programas radiofônicos, as trilhas sonoras:

²⁵ Um movimento religioso que se voltou contra as ações e regras da Igreja Católica. A principal voz da Reforma foi o monge alemão, Martinho Lutero (1483-1546). No ano de 1517, publicou 95 teses que criticavam a venda de indulgências, ou seja, quando a Igreja Católica “concedia” o perdão a qualquer pessoa que pagasse. O movimento deu origem a um processo de ruptura que mexeu com o domínio católico na Europa Ocidental e permitiu as ramificações do cristianismo.

É hoje muito menos fácil de diferenciar, e isso se deve em parte porque algumas formas midiáticas são distribuídas por tipos diferentes de canal de transmissão, reduzindo a unicidade original da forma e da experiência de uso. O exemplo mais claro é o filme do cinema, uma vez que o mesmo produto mediático está agora acessível em muitos tipos de televisão, através da rede telefônica, DVD e até mesmo Internet (MCQUAIL, 2013, p. 30).

Se pararmos para imaginar, qualquer informação carrega consigo a tendência em ser híbrida no seu formato. Dito isso, *pen-drives*, DVDs, fitas cassetes, LPs, cabos, redes de telefone, satélites são dispositivos para transmissão de conteúdos digitais.

Quando nos referimos a circunstâncias para que um novo meio desponte, reconhecemos que a internet é um meio por direito próprio. Ela possui tecnologia, conteúdos e serviços distintos de tudo que já vimos (MCQUAIL, 2013). O que nós sabemos é que a internet é uma rede de computadores dispersos por todo o mundo, computadores esses que trocam dados e mensagens utilizando um protocolo comum, unindo novas organizações midiáticas, pessoas e órgãos jurídicos (nomeadamente, as empresas), órgãos culturais, instituições económicas, militares, bibliotecas, além de outros.

Aqui se abrigam plataformas que são organizações de comunicação tanto privadas quanto públicas, e são reguladas (ou não) de acordo com essas características. Também as intervenções aqui ocorridas não são necessariamente profissionais e organizadas burocraticamente da mesma forma que os media tradicionais. Por fim, as plataformas que operam através da internet correspondem a um modelo mediático não só pela difusão de conteúdos simbólicos, mas sobretudo, por serem largamente difundidos e estarem disponíveis para todos comunicarem (MCQUAIL, 2013).

A Internet ultrapassa os limites dos meios tradicionais eminentemente por permitir: “1. conversações múltiplas; 2. tornar possível a recepção, interseção e redistribuição simultânea de conteúdos; 3. deslocar a comunicação da nação para as relações espaciais internacionais; e, 4. proporcionar contato instantâneo” (POSTER, 1999, p. 15). Sendo assim, no caso particular do que ocorre neste ambiente, não há mais limites de tempo e espaço; uma quantidade infinita de materiais culturais do passado e presente, podem ser acessados a qualquer momento, em qualquer lugar; o processo comunicativo linear é substituído pela fluidez e multidimensionalidade, por meio da troca entre os usuários das plataformas digitais que lá se encontram, bem como entre os responsáveis pelas contas que escolhem interagir; há, ainda, uma substituição do processo comunicativo massivo por conteúdos e audiências fragmentadas, numa hipersegmentação de gostos e interesses em assuntos particulares; e, por último, temos a hibridização ou convergência, num ambiente propício a abrigar e reproduzir conteúdo análogo aos vistos nas plataformas tradicionais, podendo ser apresentados e consumidos em formatos diversos (áudio, vídeo, texto, etc.) e ainda, salvos nos equipamentos como celulares, tablets, iPods, para serem consumidos quando e quantas vezes lhes apeteecer.

Talvez, o aspecto mais inovador dos novos media seja o deslocamento do centro gravitacional comunicativo do emissor para o receptor, na medida em que o receptor/usuário passa a possuir maior “liberdade”; neste ambiente, ele deixa de ser o recipiente fortuito de conteúdo para ser selecionador, consultor e interativo com outros membros: “o membro da audiência não é mais uma parte das massas, é sim um membro de uma rede auto-escolhida, um público especial ou um indivíduo” (MCQUAIL, 2013, p. 122).

Com isso, a recepção dos conteúdos passa a ser regida pelas identificações com os temas baseadas em interesses pessoais, e as referências centrais do emissor que antes determinava o fluxo comunicacional se dispersa. O destaque do ciclo comunicativo liderado pelos meios de comunicação social agora desloca-se para a audiência, que seletivamente escolhe o quê, quando, onde, como, e com que suporte iniciará uma comunicação ou consumirá conteúdos digitais.

Com formas outras de mediação social e experiências tecnológicas, um conjunto de interações novas e desconhecidas firmam-se e se estabelecem. “Se de um lado vemos a fluidez de fronteiras relativamente estáveis de formatos e gêneros comunicacionais, tais fronteiras se diluem na conceptualização dos processos sociais que lhes são próprios” (BRITTOS; RECKZIEGEL, 2011). Ao tentarmos buscar mais precisão para compreender o funcionamento, o *modus operandi* dos novos media, não vamos muito longe porque “as novas mídias são novas porque fazem coisas novas, dão-nos novos poderes, criam novas consequências para nós (...)” (SILVERSTONE, 1999, p. 10).

Com as inúmeras investigações que procuram caracterizar os novos media, sobretudo, a internet, numa perspectiva de usos, expectativas, necessidade e comportamentos dos usuários, com objetivo de demarcar tendências futuras de desenvolvimento tecnológico, uma das principais questões aqui postas é qual o verdadeiro papel desempenhado para os indivíduos e sociedade uma vez que sabemos que esta nova estrutura está alterando como os conteúdos são usados (CHAFFEE; METZGER, 2001).

Será mesmo que podemos pensar nesse caminho quase profético das modificações dos conteúdos?

Baran e Davis (2006) questionam o uso deste ambiente, se ele é capaz de satisfazer as nossas necessidades num grau de completude, se temos literacia o suficiente para manipulá-lo e estamos dispostos a pagar por ele, mas, sobretudo, o que os novos media poderiam fazer por nós que não pode ser feito com os meios de comunicação convencionais? Questões como as citadas estão, segundo os autores, na composição genética de inúmeros debates sérios sobre o futuro que começa a acontecer, como as motivações dos usuários para a exposição e uso dessas media. Foram alterados? Em que sentido?

Com esses e tantos outros questionamentos, nasce o nosso trabalho, num ambiente repleto de ideias, reflexões, inquietações, um verdadeiro “ecossistema” teórico, em que sistematizar as idei-

as foi e é um dos nossos maiores desafios. Neste capítulo, traremos eixos de articulação e tensões teóricas, que integram o nosso problema de pesquisa. Procuramos trazer teorias articuladas com eixos interrelacionados, fazendo com que a organização global constitua o nosso texto. Devido a essa questão, o nosso esforço em tentar articular as teorias constitui aquilo que Morin chamou de “pensar e refletir sobre os conhecimentos científicos auto-elaborando-se como epistemologia complexa” (MORIN, 1999, p.40).

O nosso esforço também será “relembrar” que o processo comunicacional pode e deve ser atrelado a teorias de outras disciplinas por articularem-se os ângulos propostos pelas teorias, “inferindo em sua transversalidade, características próprias do fenômeno comunicacional, mantendo o estudo dos fenômenos na sua inteireza” (BRAGA, 2010, p.80). A comunicação, é um campo que naturalmente, pelo próprio termo comunicar, dialoga com outras áreas, na perspectiva de uma efetividade com teorias multidisciplinares, para compreendermos o fenômeno e atuarmos diariamente como profissionais.

Para sermos mais específicos, neste capítulo trataremos dos seguintes eixos de análise: o primeiro incide sobre os media como dispositivos técnicos que serão reconfigurados a partir dos nossos usos; o segundo lança um olhar simbólico sobre a comunicação ligada ao consumo; o terceiro trata da Teoria de Usos e Gratificações por entender que os consumidores são “conscientes” ao buscarem engajar-se com o sagrado em rede; e o quarto reflete sobre o que chamamos de audiência.

2.1 Os media como dispositivos técnicos que serão reconfigurados a partir dos nossos usos

Quando pensamos em fazer a nossa tese centrada no aspecto religioso na rede, sabíamos da teia que iríamos entrar. O fenômeno religioso, quando transportado para o ambiente digital, ganha contornos distintos e braços que se estendem numa velocidade que foge aos olhos dos mais atentos.

Para buscarmos compreender um pouco mais sobre a dinâmica do sagrado em rede, iniciamos essa seção com o conceito de media, desenvolvido por Bernard Miège (2009). Para o autor, os media não são analisadas apenas como aparatos tecnológicos, mas sim como “dispositivos sociotécnicos e sociossimbólicos, baseados cada vez mais no conjunto de técnicas (e não mais em uma única técnica, como antigamente)” (MIÈGE, 2009, p. 110). Nesse contexto, as tecnologias da informação e da comunicação propriamente ditas são apenas a “base material dos media” (ibid., p. 111).

Portanto, concordamos que os dispositivos técnicos, os media, ganham sentido e robustez a partir dos usos e práticas sociais, e também da maneira como lidamos com os aparatos. São esses usos que estabelecerão redes abrangentes de circulação comunicacional, e através desse aspecto, falaremos de como o uso estabelece o consumo e fortalece a produção de comunicação no *online*.

A circulação de informação é apontada por Livingstone (2004), com a autora a enfatizar

que: ao contrário da televisão, o uso dos novos media é caracterizado por um aparente predomínio dos conteúdos sobre a forma. Se antes se falava de consumo dos media, de mensagens, de eventos, de informação, agora, com os novos media, o espectro abre-se caminho para o seu uso, consumo e produção (Livingstone, 2004). Neste contexto, é o usuário, através das fórmulas encontradas para lidar com os media, “responsável” pela condução do próprio processo midiático, *grifo nosso*.

Neste universo, compreendemos que os indivíduos são parte integrante da dinâmica num processo em constante evolução. O melhoramento dos dispositivos será realizado à medida que o uso/consumo for sendo cada vez mais comum e constante, na busca cotidiana pela informação disponível nesses locais. O apropriar-se de cada dispositivo tecnológico e os processos através dos quais usam e partilham a tecnologia, configura novas formas de mediação e posicionamento relativo do sujeito face à tecnologia. Assim, o sujeito já não seria um mero consumidor, mas sim um utilizador (Wilson, 2004) ou participante (Ross & Nightingale, 2003), com palavra activa na modelação da tecnologia e dos discursos que lhe estão subjacentes.

A nossa definição do conceito de tecnologia compreende a soma de um dispositivo, das suas aplicações, contextos sociais de usos e arranjos sociais e organizacionais que se constituem em seu torno (Livingstone & Lievrouw, 2002). Assim, a compreensão da relação que se estabelece entre um ou vários sujeitos e o discurso produzido através de um media é uma parte essencial da compreensão da própria natureza destas tecnologias, na medida em que permite explicar os seus próprios processos de constituição (Damásio, 2005).

As novas tecnologias digitais deram origem a um verdadeiro e próprio espaço social, cujos laços são capazes de influir sobre a sociedade e sobre a cultura. Atuando na vida das pessoas, os processos mediáticos tornados possíveis por estas tecnologias chegam a transformar a própria realidade. Intervêm de modo incisivo na experiência das pessoas e permitem um alargamento das potencialidades humanas. Da influência que eles exercem depende a percepção de nós mesmos, dos outros e do mundo (SÍNODO, 2012, s/p, grifos nossos).

É este alargamento das potencialidades humanas, em confluência com o que é sagrado, que a tecnologia redimensiona, além de ser responsável por gerar o consumo da espetacularização do religioso, alterando a prática e a vivência da fé, através da reconstrução dos sentidos nas redes.

Ao se debruçar sobre os meios de comunicação e reconhecer o seu papel na “mudança da própria realidade”, as instituições religiosas sinalizam as “potencialidades” das plataformas sociodigitais e das suas redes comunicacionais, como caminhos possíveis para alargar a propagação do conteúdo, bem como gerar uma interação maior entre lideranças, usuários e ciber-féís. Conscientes das mudanças trazidas pela ocupação dos espaços online, o Vaticano (fazemos uma referência ao Catolicismo por ser a religião com 1 bilhão e 300 milhões de seguidores, segundo informações do

site Vaticannews²⁶), também reconhece essas alterações, revela preocupação e solicita aos fieis a ocupação destes espaços, definidos como “areópagos”, para instrumentalizar os métodos na busca pela manutenção da tradição cristã.

Manifesta-se uma profunda atenção egocêntrica às necessidades individuais. Afirma-se uma exaltação emotiva das relações e dos laços sociais. Assiste-se ao debilitamento e à perda do valor objetivo das experiências profundamente humanas, tais como a reflexão e o silêncio; observa-se uma excessiva afirmação do pensamento individual. Reduz-se progressivamente a ética e a política a instrumentos de espetáculo. A situação extrema a que podem conduzir estes riscos é à chamada cultura do efêmero, do imediato, da aparência, ou uma sociedade privada de memória e de futuro. Num semelhante contexto, é pedida aos cristãos a audácia de frequentar estes “no vos areópagos”, aprendendo a dar uma valorização evangélica, encontrando os instrumentos e os métodos para tornar audível também nestes lugares hodiernos o patrimônio educativo e de sapiência conservado pela tradição cristã. (SÍNODO, 2012, s/p)

Os praticantes candomblecistas e umbandistas, juntamente com outras crenças, reconhecem os “riscos” que enfrentam, como instituição, devido ao avanço das redes comunicacionais online: individualização, espetacularização, efemerização, do religioso. Para Sbardeloto (2016), em sociedades mediatizadas, a internet passa a ser também uma ambiência social não apenas de vivência, prática e experiência da fé, mas também de circulação e reconstrução dos sentidos religiosos. Em plataformas sociodigitais como *Facebook, Twitter, Instagram, etc.*, ambientes online de sociabilidade, manifestam-se “pontos” de interação e de intensas trocas comunicacionais, atemporais e espaciais, entre internautas.

Nessas plataformas *online* há inúmeros conceitos religiosos em movimento, segundo lógicas e funcionamentos particulares. A população em geral, fala sobre questões religiosas. Neste nosso exemplo, citei concretamente o caso da Igreja Católica, mas podemos alargar o nosso entendimento a outras vivências no campo do sagrado, e aqui, incluímos o nosso objeto de estudo, o Candomblé e a Umbanda, como construtos simbólicos que a sociedade considera como ligados às práticas e à identidade dos terreiros. Dessa forma, ressignificamos socialmente a experiência sensorial, a identidade, o imaginário, a organização do culto, a liturgia, a tradição, devido aos media.

Ao falar nos media como dispositivos técnicos que serão reconfigurados a partir dos nossos usos, temos que a midiatização possa ser entendida como uma “ação dos media”, pois aponta para os “fenômenos mediatizados pelo intermédio não das numerosas instâncias de mediação social, mas pelo intermédio de media no sentido específico do conceito” (MIÈGE, 2009, p.83). O que a mediação irá revelar-nos nas “relações interindividuais e mesmo intergrupais ou intraorganizacionais,

²⁶ O site traz informações atualizadas do Vaticano através do link disponível abaixo e com acesso em março 2021: <https://www.vaticannews.va/pt/vaticano/news/2020-03/aumentam-os-catolicos-no-mundo-bilhao-300-milhoes.html>

se produz quando um dispositivo, interpõe-se entre Eu e Você, Eu e Nós, Nós e Nós”. Ou seja, as “modificações dos próprios atos de comunicação”, também em âmbito religioso (MIÈGE, 2009).

Aqui, interessa um ponto tratado pelo autor, que diz respeito aos conceitos de técnica e digital. Não técnica pensada em algo exterior à sociedade: Miège (2009) sublinha “os desenvolvimentos técnicos através de suas determinações sociais [...] e das lógicas sociais da comunicação”, que se manifestam como processo, ou seja, como “movimento da sociedade bem identificado, em curso, feito de mutações e mudanças diversas, em torno do qual, em longo prazo, se afrontam e se confrontam as estratégias dos atores sociais envolvidos” (MIÈGE, 2009, p.18).

Sublinha o autor, “todo dispositivo técnico modifica numa certa medida a comunidade, e institui uma função que torna possível o advento de outros dispositivos técnicos” (MIÈGE, 2009, p. 45). Todavia, ocorreria uma “tecnicização da ação” (Jouet in Miège, p.47), que se manifesta, em nosso estudo de caso, também na construção e vivência do “religioso” em rede. As práticas e processos religiosos, dessa forma, também passam a operar mediante novos modos de fazer, estruturados a partir da “racionalidade da técnica” (Jouet in Miège, p. 47).

A racionalidade materializa-se no fenômeno da informacionalização digital, em plataformas sociodigitais como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, etc. Na opinião de Miège (2009, p. 32), a inovação sociotécnica atual está centrada no digital (digitalização, compressão dos dados) e na internet (rede física integrada). A digitalização, portanto, manifesta-se como uma “construção social, cujos contornos resultam ao mesmo tempo das limitações ligadas às lógicas socioeconômicas dominantes e da ação mais ou menos eficiente de diversos grupos sociais” (TREMBLAY; LACROIX in Miège, p. 37). Assim sendo, no meio digital o técnico se articula e torna-se mais complexo, a partir de uma construção social.

Para Miège (2009, p. 68) é importante perceber como a informacionalização é “um processo ou [...] uma lógica social da comunicação que se caracteriza pela circulação crescente e acelerada dos fluxos de informação, tratada ou não, tanto na esfera privada como [...] no espaço público”. O que vemos neste ponto, é um “fenômeno de ruptura” e uma “nova revolução das tecnologias da informação”, porque neste momento “o internauta está na fonte do sistema. Ele o alimenta, o modifica sem parar. Graças à tecnologia da web participativa, a inovação vem da parte inferior da pirâmide, ou seja, das pessoas simples” (Burgelman in Miège, p. 84). Em se tratando de religião (Sbardeloto, 2016:301) diz ser essa ruptura muito mais significativa, pois pressupõe um domínio dogmático e hierárquico do discurso e da prática religiosas, que se vê abalado por essa “nova revolução”, manifestada nas redes comunicacionais on-line.

O domínio hierárquico do discurso veste-se com uma roupagem mais participativa, característica da inserção das religiões nos espaços *on-line*. Práticas religiosas que já viviam de maneira efetiva às alterações das demandas presentes do digital e que com a pandemia, anunciada em março

de 2020, viram-se num caminho, que inevitavelmente, levaria a produção de *lives*, de festas nos terreiros organizadas e planejadas com poucas pessoas, pensadas numa ótica de transmissão para os canais alternativos, além de elaborações discursivas claras, sucintas e diretas para um público que disponibiliza de pouco tempo. Em momentos que o contato físico, foi estritamente proibido, o estar virtualmente passava obrigatoriamente pela organização das festas nos terreiros, das sessões, palestras, dos encontros sagrados, firmando, dessa forma, o vivido nos templos de pedra e expandindo a mensagem a quem não é da crença. Os fieis/internautas poderiam acessar o conteúdo estando em qualquer lugar a um custo mínimo.

As religiões, sem exceção, produziram informações adaptadas e readaptadas ao ambiente online. Aos poucos, uma das maiores crises sanitárias vividas pela humanidade, “recriou” a maneira da comunicação do sagrado, aumentou a procura pelas religiões e ressignificou a fé, ao adentrar espaços que exigem das instituições comportamento e produções discursivas ligadas ao que os tempos presentes exigem, desde a ações efetivas voltadas ao público seguidor, a mensagens curtas, diretas, simples, que “tragam resoluções” de problemas amorosos, financeiros, de saúde, para os fiéis e cyber-fiéis. É justamente aqui, que estabelecemos uma ligação com o consumo, pensado numa ótica de uma construção simbólica, quando nos referimos ao cenário religioso. É importante enfatizar o consumo entendido não como a venda propriamente de produtos, mas antes como produção e construção de sentido para que o sagrado permaneça inserido nos parâmetros de alteração propostos pela atualidade e pelos media.

2.2 Comunicação e consumo numa vertente simbólica

Para sobreviver as demandas do tempo presente, a religião também vai buscar profissionais especialistas com as comunicações nas redes, vai procurar compreender as mudanças das plataformas para os cultos religiosos, por perceber a importância da mensagem nesses espaços e de forma clara, se adequar a normas propostas por um mercado em constante mudança. E ainda vai ressignificar o conceito da religião, aspecto esse que trará para perto uma geração que para ser seduzida, necessita de se interessar. E o interesse vai existir se as plataformas forem pensadas e arranjadas especificamente para levar a mensagem de fé num caminho adequado ao tempo, com nuances distintas, do que foi imaginado até então. Para falarmos sobre essa temática traremos autores como Lipovetsky, 2015, Ewen, 1976, Baudrillard, 1995, Bronzstein, 2014.

Todo o produto destinado aos mercados do consumo (e aqui incluímos a religião) se encontra aureolado, nimbado por uma dimensão de estilo. Começam até a oferecer complementos decorativos, kits adesivos personalizados para as latas de lixo pessoais e as lixeiras dos prédios. Não apenas os produtos industriais, mas também a publicidade, as revistas, os plateaus da televisão, os sites

de internet são objeto de um trabalho estilístico (*mise-en-scène*, busca de ambiência e de originalidade, decoração, renovação rápida das formas e dos estilos) realizado por profissionais especializados (LIPOVETSKY 2015:134).

Segundo o autor, no tempo do capitalismo transtético, valores vêm agregados com o produto, como por exemplo, estilo, elegância, beleza, *cool*, emoções, imaginário, personalidade. O mundo mercantil se tornou ao mesmo tempo valor de uso, valor de troca e valor estético: o capitalismo artista é esse sistema no qual indústria e arte, mercado e criação, utilidade e moda, marca e estilo não mais disjuntos.

Não estamos mais no modelo convencional de uma oposição dicotômica enquadrada por uma hierarquia de critérios estabelecidos, mas numa nebulosa fragmentada, aberta, dominada por um pluralismo estético reivindicado e generalizado. O notável, hoje, é que estamos desprovidos de referências consensuais, de centro dominante que estabeleça uma hierarquia estável. Não dispomos mais de um polo hegemônico dotado de autoridade suficiente para impor, de cima para baixo, uma hierarquia incontestada de hierarquias e normas. A era da inflação estética é descentralizada, desierarquizada, estruturalmente eclética. (Lipovetsky e Serroy, 2015, p. 142 e 143)

Estamos numa cultura mestiça em que convivem estilos dessemelhantes, em que as tendências proliferam sem ordem, sem uma sequência, sem unidade de valor. Lipovetsky compara o capitalismo transtético com estilos disponíveis em um grande supermercado, de tendências e *looks*, numa proliferação de um domínio estético paralelo às desconformidades económicas constitutivas do turbocapitalismo.

As ofertas no campo religioso são sempre muito parecidas, com discursos homogêneos, representações semelhantes, através de uma grande variedade de “estilos”, cada vez mais parecido em diversas partes do mundo. O capitalismo artista e sua ordem midiático-publicitária é um sistema que produz a “diversidade homogênea”, a repetição na diferença, o mesmo na pluralidade (LIPOVETSKY, 2015).

A ideia de distintos estilos nos cenários artísticos, religiosos, de moda, levam a uma “ilusão” de multiculturalidade na sociedade de consumo. Quando ao fim, ao cabo, os caminhos que levam a um lugar específico, são os mesmos, os atalhos é que podem ser diferentes. Um caminho pode ser mais longo, o outro, a depender da velocidade da caminhada, e do esforço demandado para essa finalidade, feito através de menos quilômetros. A questão aqui é que a ideia de cenários múltiplos cria um mundo imaginário de distinções, em que caberá ao indivíduo a busca por uma escolha menos previsível diante da mesmice, em que apenas cores e pequenos detalhes compõem a diferença na homogeneidade.

Lipovetsky (2015:171) acentua que o capitalismo artista não só desenvolveu uma oferta proliferante de produtos estéticos, como criou um consumidor faminto de novidades, de animações, es-

petáculos experiências emocionais, fruções sensíveis: em outras palavras, um consumidor estético ou, mais exatamente, transestético.

Através da democratização do consumo, o capitalismo artista produziu um olhar ou um modo de percepção "desinteressado", uma certa "distância do olhar", um consumidor estético perpetuamente à espreita dessas "impressões inúteis" que, segundo Paul Válerly in Lipovetsky, 2015, são inseparáveis da experiência estética. Aqui, o que se leva em consideração são as mudanças que proporcionem sensações e experiências renovadas: um modelo de vida transestética centrada nos prazeres dos sentidos, nas fruções da beleza, na animação perpétua de si.

Esse mesmo sistema capitalista dialoga com a racionalização das atividades desenvolvendo técnicas tecnocientíficas e uma lógica contábil, que Lipovetsky (2015:173,174) chama de uma espécie de excrescência estética que se manifesta como um fato social total, a tal ponto implica os lazeres e a comunicação, os interesses económicos e nacionais, a relação com os objetos, com o habitat, consigo mesmo e com o corpo. Não é um paradoxo menor o de que o mesmo sistema económico que repousa no cálculo racional dos custos e dos benefícios também é aquele que desenvolve o sentido e a experiência estéticos das grandes massas, mesmo que de um novo género.

Em busca de uma definição quanto ao capitalismo transestético, Lipovetsky (2015:187) enfatiza que é difícil circunscrevê-lo: ele apresenta uma característica multiforme e multipolar, se manifesta numa multidão de setores e de ramos e se apodera sem cessar de novos domínios mais ou menos heterogêneos, que percorre redesenhando os produtos e as imagens, integrando a dimensão do gosto, do prazer e do divertimento dos consumidores a serem seduzidos.

Ao longo do texto falamos em capitalismo artista, na perspectiva do sistema que produz em grande escala bens e serviços com fins comerciais, impregandos de um componente estético-emocional que usa a criatividade artística tendo em vista a estimulação do consumo mercantil e do divertimento de massa.

Um exemplo que trazemos para ilustrar a nossa tese, é a *Apple*, tal como foi concebido por seu fundador Steve Jobs, o casamento da alta tecnologia com o design, da performance com o lúdico, com a prioridade dada na empresa aos serviços de concepção gráfica e ergonômica encarregados de imaginar os mais belos objetos possíveis e os mais inovadores. A junção da informática com a elegância, da tela com o gestual, do móvel com o tátil (ampliar a imagem do iPhone afastando dois dedos na tela, deslizar o polegar no anel de clique do iPod) para Lipovetsky (2015:189) gerou um universo particular, um universo transestético em que os milhões de adeptos do Mac se diferenciam dos usuários comuns pelo sentimento de pertencer a uma comunidade em que o computador não é apenas uma máquina, mas uma cultura, uma "*cool attitude*", um estilo de vida.

Estilo de vida ancorado e alargado no conceito de capitalismo artista transestético, por compartilharmos que o conceito de arte não é reduzido para incluir a arte comercial, industrial, a moda,

o kitsch, a indústria do entretenimento. Mesmo com as diferenças de cada grupo, não deixam de ser da mesma família estética, e aqui podemos incluir a religião por caracterizar as operações de “artealização” do mundo, de estilização das formas, de “correção da natureza (Baudelaire), quando cria e difunde modelos tendo em vista um trabalho social de transformação de olhares, juízos e sensibilidades estéticas.

Ao desviar da Grande Arte e ao tomar em consideração objetos tidos como insignificantes (pó de arroz, acessórios), Baudelaire (apud LIPOVETSKY 2015) sublinhava “a alta espiritualidade da indumentária”, o parentesco da arte, da moda e da maquiagem. Aqui, podemos, sem temor, dar um passo adiante nessa abordagem rejeitando a ideia de dessemelhança absoluta entre arte de criação e artes comerciais. Sobre as distintas produções, Lipovetsky (2015:208) trará que, na escala de uma teoria antropológico-social da arte, não há fosso ontológico entre essas diferentes produções: juntas ela forjam o universo das aparências, esculpem as definições do belo, estilizam as coisas e os sons, os corpos e os sonhos, idealizam os sentimentos e alimentam o imaginário.

Por exemplo, o som gerado pelos atabaques nos terreiros de Candomblé e Umbanda, as vozes cantadas para estabelecer a conexão com o sagrado, com as entidades que irão incorporar nos mediuns das casas de culto, criam emoções e fortalece a alimentação do imaginário. Esse campo torna-se cada vez mais fértil, nas plataformas digitais, com as emoções geradas através da diversidade. Sendo os espaços digitais potenciais lugares que “estimulam a riqueza da multiplicidade”, como locais, na ideia do consumo, também estéticos, quando se publica uma imagem, se publica um vídeo num formato específico, faz-se um filtro em relação aos comentários.

Essa expansão limitada de sedução estética, com a *mise-en-scène* total do consumo e de nosso redor coincide com o que Lipovetsky (2015) chama de capitalismo transestético. São modelos de vida que se banham no hedonismo, lazer, num ambiente lúdico e humorístico, “jovem e cool”, ambiente consolidado, principalmente com a tecnologia, através das plataformas digitais, por meio das redes sociais, dos canais do *YouTube*, das contas pessoais no *Instragam*, *Twitter*, *Pinterest*, entre outras.

Com efeito, não existe religião longe do sistema do capital em que a tecnologia tem adquirido contornos sólidos. Tendo em vista que os caminhos se retroalimentam, numa perspectiva de mão dupla, numa perspectiva de contribuições mútuas em que tanto um quanto o outro continuarão existindo, se perpetuando enquanto as escolhas forem feitas em conjunto e se beneficiando dos algoritmos que quer queiramos ou não, serão favoráveis a quem dele souber se aproveitar melhor, e não tenhamos dúvidas que os grupos religiosos saberão lidar estrategicamente com as ferramentas.

Numa consagração ao que tratamos até aqui de capitalismo transestético, quando a produção é rearranjada pelas lógicas do efêmero e da sedução, por um evocativo de renovação e criatividade

constantes, temos, ao tratarmos da religião na perspectiva de uma produção simbólica aliada ao mercado, dispositivos em sintonia com a vida do ciber-fiel.

Na era do capitalismo transtético, a arte se impõe como uma ferramenta de “comunicação acontecimental” que permite enobrecer as marcas, criar uma imagem audaciosa, criativa, menos mercantil. Por esse caminho, a marca efetua espécie de transmutação simbólica, exibindo-se alinhada à gratuidade, a doação generosa. Em fase com o gosto do público pelas grandes exposições, as operações *arty* são emblemáticas da potencialização da comunicação na gestão das marcas, uma comunicação que procura outros trampolins além do patrocínio e do marketing agressivos, novos dispositivos visando dar sentido e altura a elas, participar da vida da cidade, criar um vínculo com seu público. (Lipovetsky e Serroy, 2015, p. 242 e 243)

Notaremos com frequência a preocupação das marcas e da religião em buscar constantemente utilizar-se da criatividade, através de preparação ritualística, da organização dos terreiros, das contribuições das tarefas desenvolvidas por cada membro daquele núcleo de fé, para distanciar-se da ideia puramente mercadológica. Faz parte das artimanhas do capitalismo, o incentivo a distanciamentos fugazes e não duradouros do vínculo com o lucro. O público para participar da “organização” irá “exigir” mecanismo oportunos de construção de estilos próprios de vida, algumas vezes, de reconstrução de paradigmas existenciais através de características do campo artístico. O que nos faz lembrar a célebre frase de Warhol (apud LIPOVETSKY 2015): “*Being good in business is the most fascinating kind of art. Making money is art and working is art and good business is the best art*”.

Para Lipovetsky (2015:260 e 261), é o tempo da ‘mixagem’ da arte e da indústria, da arte e da publicidade, da arte e da moda, da moda e do desporto, do design e da escultura. A publicidade joga a carta da criticidade ostentatória, o artesanato se autoproclama criação artística; a arte faz a moda, a moda e os produtos industrializados são *arty*. A era transtética hipermoderna segue o rumo da desregulamentação e da hibridização: os processos de desmantelamento dos limites, que estão em curso no universo financeiro, também se manifestam nos mundos do comércio, da moda e da arte. A que se deve essa dinâmica desregulamentação e de hibridização culturais? Notemos em primeiro lugar que ela não faz mais que dar seguimento à lógica consubstancial do capitalismo como “destruição criadora” e sistema de desterritorialização, de que Marx dizia que não pode existir sem revolucionar constantemente os instrumentos de produção e todo o sistema social. Depois de derrubar os limites nacionais, o capitalismo arremete contra as antigas delimitações de gêneros e de esferas que freiam a inovação e a criação de novos mercados.

Mercados que se comportam através de um consumo mais emocional fundamentado na criação de um capital imaterial ou simbólico que junta sonho, excelência e ineditismo em tudo o que a marca produz. É o nome da marca tida como diferencial agregado ao valor do produto. As marcas agora apresentam-se como universos de sentido e de experiência. É o que Lipovetsky (2015:318) chama de nova estratégia empresarial que requer despesas de comunicação decuplicadas ao mesmo

tempo que novos registros criativos, emocionais e imaginários. Enquanto o *branding* transestético triunfa, os logos podem transformar-se em centro de interesse principal, em estilo de vida, em estrelas, ou mesmo em objetos de desejo.

Objetos de desejo que serão estimulados pelo pensamento mágico que governa o consumo, na opinião de Baudrillard (1995:21). Isto corresponde a uma mentalidade sensível ao miraculoso que rege a vida cotidiana, é a mentalidade primitiva, no sentido em que foi definida como baseada na crença na onipotência dos pensamentos: no caso presente, trata-se da crença na onipotência dos signos. A opulência, a afluência não passa da acumulação dos signos da felicidade. As satisfações que os objetos em si conferem são o reflexo antecipado da grande satisfação virtual, da opulência total, da jubilação derradeira dos miraculados definitivos, cuja esperança louca alimenta a banalidade quotidiana. As satisfações menores reduzem-se ainda a simples práticas de exorcismo, a meios de captar e conjurar o bem-estar total, a beatitude. Na prática cotidiana, os benefícios do consumo não se vivem como fruto do trabalho ou de processos de produção; vivem-se como milagre.

É desse milagre atuante no campo simbólico das produções sociais que a religião beberá para se manter viva, adequando-se às normas propostas pela sociedade e entrando na odisséia do consumo. A construção de estilos de vida, numa análise macro de reprodução de conteúdo por parte do sagrado, definirá regras de um caminho, que se desenha cada dia com contornos virtuais mais sólidos. Ou seja, aquilo que é vivido nos terreiros de Candomblé e Umbanda, bem como outras nas outras instituições, diferente do que víamos no passado, agora dialoga proficuamente com a construção das nossas identidades, tocando em matérias relacionadas com quem somos, o que iremos seguir e como nos assumimos enquanto indivíduos sociais dentro do repertório do religioso.

Falamos de um consumo baseado em signos por concordar com Baudrillard (1995:23) no sentido de que a prática dos signos é sempre ambivalente, tem sempre como função esconjurar, no duplo sentido do termo: fazer surgir para captar por signos (as forças, o real, a felicidade, etc.) e evocar algo para o negar e recalcar. Sabe-se que o pensamento mágico nos mitos procura conjurar a mudança e a história. De certa maneira, o consumo, generalizado de imagens, de factos e de informações também se esforça por conjurar o real nos signos do real, por conjurar a história nos signos da mudança.

Mudança atrelada a parâmetros lógicos de uma economia e de um sistema pautado no lucro. Para o mesmo autor, a sociedade do consumo aparece encenada no modo espetacular – e permanece distanciada dos meios de comunicação e limitada a signos. O acontecimento irrelevante não constitui, pois, uma categoria entre outras, mas antes a categoria cardinal do nosso pensamento mágico e da nossa mitologia.

Para Baudrillard (1995:25) vivemos dessa maneira ao abrigo dos signos e na recusa do real, o que nos oferece uma segurança miraculosa: a imagem, o signo, a mensagem, tudo o que «consu-

mimos», é a própria tranquilidade selada pela distância ao mundo e que ilude, mais do que compromete, a alusão violenta ao real.

Portanto, o autor leva-nos a pensar efetivamente na relação do consumidor com o mundo real, com as relações de poder, com a cultura, a história, não do ponto de vista da indiferença, mas da curiosidade. Justamente por afirmar que a dimensão do consumo já definida não parte da avaliação de um conhecimento de mundo, nem a ignorância por completo, mas a do desconhecimento.

Assim, o que desencadeará um ponto característico da nossa «sociedade de consumo» é o que Baudrillard (1995) trata como a recusa do real, baseada na apreensão ávida e multiplicada dos seus signos.

Implementados pela concepção do que é a sociedade de consumo no seu conjunto, os princípios democráticos igualitários conseguem aguentar-se com o mito da abundância e do bem-estar, bem como o imperativo fundamental de manutenção de uma ordem de privilégio e de domínio, que poderíamos imaginar que o progresso tecnológico a originasse.

Na opinião de Baudrillard (1995:52) essa é uma visão mecanista que alimenta até a visão ingênua a abundância futura. Esta dupla determinação contraditória é o que cimenta a possibilidade do progresso tecnológico. Aciona igualmente, nas sociedades contemporâneas, a emergência de determinados processos igualitários, democráticos e «progressistas». No entanto, é preciso observar que estes emergem em doses homeopáticas, destiladas pelo sistema em função da própria sobrevivência. No interior deste processo sistemático, a igualdade não passa também de função (secundária e derivada) da desigualdade, tal como o crescimento.

Quando trazemos a discussão para o campo do sagrado, no Cristianismo o nosso querer está transplantado nas nossas almas e é fonte de contendas e conflitos. A salvação que antes conhecíamos, abrir mão dos prazeres terrenos, abrir mão da nossa saciabilidade de produtos, discursos, símbolos produzidos socialmente, hoje, renova-se, ressignifica-se em parte. Assistimos a isto nas classes mais pobres, onde a “prova pelo objeto”, a salvação pelo consumo, chamemos assim, atinge um estatuto social, legitimador, da graça, do dom e da predestinação. Mais uma vez, o privilégio continua com as elites, com as classes privilegiadas, financeiramente, que gozam e mantêm os privilégios ao continuarem exercendo o poder.

Para conseguir convencer e despertar o interesse da maior parte da população que não está inserida no rol dos privilegiados, aparece aqui a publicidade como um dos fatores que irá desempenhar uma função voltada ao capital. Quando reforça as bases estruturais para manter o funcionamento do sistema, a publicidade tende a privilegiar majoritariamente os grupos que historicamente sempre tiveram dinheiro.

Como ressalta GALBRAITH (apud Baudrillard, 1995), o sistema industrial conforma-se com as necessidades dos indivíduos e com os bens: «A publicidade parece não conferir importância aos bens, mas é apenas para mais relevar o sistema, sustentando igualmente a importância e o prestígio da tecno-estrutura sob o ponto de vista social».

O que fica claro para nós é como os “sistemas” estão interligados: a indústria, a publicidade e a tecnologia na constituição de uma tríade responsável em alimentar e retroalimentar a constituição de um processo legitimador social. Por causa disso, trouxemos à discussão do consumo o conteúdo religioso, numa perspectiva de agregar com a tecnologia esses outros interesses e perfis diversos, atribuindo ao sagrado um sentido distinto e não menos importante de manifestar a fé. Ao inserir-se digitalmente, com as inúmeras possibilidades apresentadas em rede, com as configurações distintas do cenário religioso e com a vontade frequente de o “experimentar”, o ciber-fiel contribui para aquilo que conhecemos como “Acreditar sem pertencer”.

2.2.1 “Believing without belonging” Grace Davie (1990)

As regras para estar conectados, caminham de mão dadas com características peculiares da sociedade de consumo. Uma delas é a ideia talhada pelos medias de proporcionar uma “emancipação” deliberada do sujeito social e religioso.

Uma das principais características dos tempos presentes tem sido a busca constante por essa autonomia sejam nas lutas das mulheres, no cenário político, económico, cultural, nos planejamentos estratégicos dos países. É uma palavra facilmente aplicada a cenários distintos. Com a religião, que é também o nosso objeto de estudo, referimo-nos à emancipação, ao referirmo-nos a laicização das sociedades.

Para Hervieu-Léger (2005) dizer que a sociedade inteira se laiciza implica que a vida social já não está, ou está cada vez menos, submetida a regras editadas por uma instituição religiosa. A religião cessa de fornecer aos indivíduos e aos grupos o conjunto das referências, das normas, dos valores e dos símbolos que lhes permitem dar um sentido à sua vida, e as suas experiências. Na modernidade, a tradição religiosa deixa de constituir um código de sentido que se impõe a todos.

O indivíduo, cada vez mais em busca de não pertencer institucionalmente a crenças, a estereótipos que o “regulem socialmente”, tem procurado com frequência compor o repertório através de vários outros. O beber de crenças, sejam elas em âmbitos diversos, faz constituir com distinção conhecimentos, sendo o que a autora chama de “*Believing without belonging*”. O acreditar sem pertencer se adequa também à proposta da sociedade de consumo, em que para se ser, não precisamos necessariamente de nos ligar a uma maneira de vida em particular. Vários estilos de vida estão postos à nossa disposição e devem ser desfrutados.

Segundo Hervieu-Léger (2005:39), a pertença religiosa de um indivíduo e suas crenças não podem constituir motivo válido para o excluir da vida social, profissional, ou política, na medida em que não põem em causa as regras de direito que regem o exercício destas diferentes atividades. Esta distinção dos domínios inscreve-se na separação entre a esfera pública e privada que é a pedra angular da concepção moderna do político.

No campo de oposição entre as contradições do presente e o horizonte de uma realização futura, cria-se, no próprio coração do tempo, um espaço de expectativas, no qual se desenvolvem novas religiosidades que permitem ultrapassar essa tensão: novas representações do “sagrado” ou apropriações renovadas das tradições das religiões históricas. Esta tensão de uma modernidade encaçada entre a ambição de uma racionalização do mundo, tal como ele é, e a aspiração que mobiliza para um futuro sempre novo pode expressar-se na linguagem secular do progresso e do desenvolvimento.

Estes fenômenos fazem surgir o que Hervieu-Léger (2005:46) chama de o caráter paradoxal da modernidade do ponto de vista da crença. Por um lado, as grandes explicações religiosas sobre o mundo, nas quais os homens do passado encontravam um sentido global, são desqualificadas. As instituições religiosas continuam a perder a sua capacidade social e cultural de imposição e de regulação das crenças e das práticas. O número dos seus fiéis diminui e os próprios fiéis adotam o “pega e larga”, não apenas em matérias de prescrições morais, mas igualmente em matérias de crenças oficiais. Quanto maior a incerteza quanto ao futuro, quanto mais intensa é a pressão da mudança, mais as crenças proliferam, diversificando-se e disseminando-se até ao infinito. O principal problema, para uma sociologia da modernidade religiosa, é por isso tentar compreender no seu conjunto o movimento pelo qual a modernidade continua a minar a credibilidade de todos os sistemas religiosos e aquele pelo qual ela faz ao mesmo tempo surgir novas formas de crença.

Na medida em que a representação da continuidade e da solidariedade do grupo já não é vivida no dia a dia na família, na profissão, na comunidade vicinal, no grupo confessional, ela resulta necessariamente do empenhamento voluntário e pessoal dos indivíduos. A disseminação das crenças coexiste com a preservação destas identidades, até certo ponto. Parece mesmo que a expansão do pluralismo e do relativismo produz, em sentido inverso, o reforço das aspirações comunitárias, bem como uma certa reativação das identificações confessionais. Mas estas últimas deixaram de coincidir necessariamente com identificações religiosas, assumidas pelos indivíduos.

O pluralismo é hoje incentivado pelas normas do mercado, assentando na busca constante pela infinidade de produtos materiais e conteúdos simbólicos postos em prateleiras nos espaços físicos ou online. A necessidade de criar vontades, desejos para que o pluralismo se torne inesgotável ganha dimensão com o que sustenta Ewen (1976:17), de acordo com o qual, nos primórdios deste século, a necessidade de criar desejos num público consumidor, acabado de se emancipar, obrigou a

um deslocamento de ênfase, passando-se de uma atenção exclusiva aos produtos para a consideração de todo um contexto em que o importante era a relação entre as pessoas e os produtos. Se a procura de produtos tinha de ser criada pelo próprio mercado (em vez de surgir como reflexo das verdadeiras necessidades dos consumidores), a publicidade teria de incorporar mais referências directas ao público. Aos poucos, a publicidade foi integrando o consumidor numa rica e complexa teia feita de estatuto social e de significado simbólico. O reconhecimento do cunho fundamentalmente simbólico do uso que as pessoas dão as coisas deve constituir o ponto de partida mínimo para um discurso sobre os objectos.

Ao falarmos da dualidade da natureza humana, no que diz respeito aos nossos interesses pelo consumo, referindo-nos também à natureza dualista do comportamento humano, Ewen (1976: 18), citando Leiss, (garante que as facetas do sentimento de necessidade têm correlatos tanto simbólicos, como materiais, e que mesmo as nossas exigências fisiológicas básicas (alimento, abrigo, agasalho) estiveram, desde sempre, “firmemente entretecidas numa rica teia de mediação simbólica” (Leiss in Ewen, p. 65).

Uma mediação simbólica no mundo que se caracteriza, sobretudo, pelos “bens”, e aqui invocamos uma teoria comunicativa do consumo associada ao conceito de ritual. O ritual, em sentido antropológico, procura dar forma e substância aos significados sociais dominantes, ancorando as relações sociais. Uma sociedade que funciona sem uma qualquer forma de ritual é como se vivesse sem a partilha de uma memória colectiva. Não obstante poder assumir forma verbal, o ritual é mais eficaz quando surge ligado a coisas materiais. “Nesta perspectiva, os bens são complementos ou acessórios dos rituais: o consumo é um processo ritualístico cuja função primeira consiste em dar sentido ao fluxo informe dos acontecimentos. Os rituais servem para conter a deriva do significado” (Douglas e Isherwood apud Ewen, 1976:20). Os bens são usados na negociação da vida social, e funcionam como “demarcadores” significantes das categorias sociais. Quanto à forma exacta que este facto assume, ela surge no quadro das relações culturais e económicas – ou seja, do poder social.

Sahlin (1975), tal como Baudrillard (1976), consideram que a manipulação de um código simbólico constitui o traço mais importante do capitalismo avançado. Os objetos perdem toda e qualquer conexão com a base da sua utilidade prática e em vez disso passam a ser correlato material (o significante) de um número crescente de qualidades abstractas em constante mutação. Esta lógica de significação é que é a verdadeira essência do capitalismo avançado.

Um sistema legitima-se, na opinião de Lipovetsky (2015:370), através das imagens, estimulações, ambiência, uma espécie de utopia estética fabricada pelas media, objetos, vitrines, publicidade. É preciso se convencer de que o capitalismo artista não é apenas produtor de bens e de serviços mercantis, ele é ao mesmo tempo, “o lugar principal da produção simbólica”, o criador de um imaginário social, de uma ideologia, de mitologias significantes. A sociedade de consumo “é o próprio

mito dela mesma”, (Baudrillard apud Lipovetsky 2015), um mito sem grandeza, sem exterioridade nem transcendência, mas que constitui “um discurso pleno, autoprofético, que a sociedade faz sobre si mesma, um sistema de interpretação global”, uma constelação inédita de valores capaz de fazer as massas sonharem.

O autor nos garante que na sociedade do hiperespetáculo, a excrescência dos meios não constrói mais uma sociedade do religioso ou da hierarquia ostentatória, mas uma sociedade mercantil de regozijo de massa. Não há mais sentido forte nem missão transcendente, apenas uma finalidade económica que leva cada vez mais longe a busca de efeitos para seduzir e divertir um número crescente de consumidores em um selo que une o económico, o divertimento e a sedução. Essa sociedade a que fizemos referência trata todos os temas na forma de divertimento, que transforma todas as coisas – a cultura, a informação, a política – em espetáculo de *show business*, visando prazeres e emoções a serem incessantemente renovados. O capitalismo artista contemporâneo se anuncia sob o signo do triunfo do *entertainment* generalizado, mas a magia encantada que ele cria e difunde nem por isso deixa de ser a expressão do desencantamento do mundo (Lipovetsky 2015:818).

Lipovetsky e Serroy (2015:73,74) já tratavam também da extensão das lógicas transestéticas que também se manifestam no plano geográfico. Estamos no tempo do capitalismo globalizado que impulsiona uma estilização dos bens de consumo de massa circunscrita ao Ocidente. Nos cinco continentes estão em ação indústrias criativas que criam produtos estilizados, moda, *entertainment*, uma cultura de massa mundializada. Sempre houve culturas particulares imprimindo sua marca nas diferentes produções; temos agora um processo de estilização que adota, nos quatro cantos do mundo, os mesmos registros de sedução, de design, de entretenimento comercial, cujos atores se encontram todos numa concorrência económica feroz. O monopólio ocidental da criação industrial e cultural terminou: a era transestética em marcha é planetária, sustentada por firmas gigantes que têm o globo como mercado.

Para Lipovetsky e Serroy (2015), o regime hiperindividualista de consumo, ao qual se é submetido, é menos estatutário do que experiencial, hedonista, emocional, em outras palavras, estético: o que importa agora é sentir, viver momentos de prazer, de descoberta ou de evasão, não estar em conformidade com códigos de representação social.

Assim, o capitalismo artista não criou apenas um novo modo de produção, mas favoreceu, com a cultura democrática, o advento de uma sociedade e de um indivíduo estético ou, mais exatamente, transestético por não depender mais do estetismo à moda antiga, compartimentado e hierarquizado. Vivemos num universo cotidiano transbordante de imagens, de músicas, concertos, filmes, revistas, vitrines, museus, exposições, destino turísticos, bares descolados, restaurantes que oferecem todas as cozinhas do mundo e (as religiões que se fazem parte do vasto cardápio) *grifo nosso*. Com a inflação da oferta consumatória, os desejos, os olhares, os juízos propriamente estéticos se tornaram fenômenos presentes em todas as classes sociais ao mesmo tempo que tendem a se subjetivizar. O consumo com componente estético adquiriu uma relevância tal que constitui um vetor importante para a afirmação identitária dos indivíduos. (Lipovetsky e Serroy, 2015, p. 76 e 77).

Fizemos assim questão de inserir a religião no novo processo de modo de produção, por compreender que a inúmera oferta proporcionada pelo capitalismo navega pelas águas da produção do religioso. Viver num universo imagético, em que os juízos extraídos esteticamente dialogam com o que é pensado sistematicamente pela tecnologia e pela rentabilidade fortalecem a subjetividade no campo da fé e faz do consumo uma vertente para constituição da identidade do sujeito social e religioso.

Tudo isso corrobora o que postulou Perez (2003), quando argumentou que, ao contrário dos que defendem a cultura de consumo como "algo extremamente destrutivo para a religião", por seu alicerce hedônico e pela constante busca do prazer imediato e terreno, ambos, consumo e religião podem caminhar bem imbricados. Ou como disse Featherstone (1995, p.159, 174), "o consumismo continua a sustentar uma dimensão religiosa", uma vez que na "cultura de consumo, o sagrado é capaz de se manter fora da religião organizada." (apud PEREZ, 2003, p.9).

Nesse cenário, o mercado religioso, seus agentes (líderes e fiéis) não são caracterizados pela constituição de laços sólidos ou duradouros nos lugares e nas relações, pelo contrário. Justamente por isso, as igrejas, os templos, que muitas vezes mais se parecem com as empresas seculares que disputam o acirrado mercado dos bens de consumo, estão dispostas a ofertar promessas de satisfação garantida, com serviços e produtos de toda ordem.

Sublinhamos que as religiões se apropriam de mecanismos para transformar o desejo em algo a ser consumido. Quando estabelecemos elos entre o processo religioso e o consumo, nos deparamos com um rico sistema simbólico, que irá atribuir funções para cada ação adotada tanto da igreja quanto do fiel. O indivíduo encontrará motivos de sobra para estar naquela instituição, o que fará com que incorpore vivências do núcleo de força, chamado igreja, para seu dia a dia.

Nas funções atribuídas, principalmente, pela apropriação de símbolos pelos templos, igrejas no que poderemos chamar do que o antropólogo, David Kertzer, cristalizou como papel comunicativo do símbolo como 'fornecendo o escudo contra o terror' (1988, p.4).

That people perceive the world through symbolic lenses does not mean that people or cultures are free to create any symbolic system imaginable, or that all such constructs are equally tenable in the material world. There is a continuous interaction between the ways people have of dealing with the physical and social universe and the actual contours of the universe. ...Moreover, symbols do not simply arise spontaneously, nor is the continuing process of redefinition of the symbolic universe a matter of chance. Both are heavily influenced by the distribution of resources found in the society and the relationships that exist with other societies. Though symbols give people a way of understanding the world, it is people who produce new symbols and transform the old. (KERTZER, 1988, p.4-5)

Influenciados pela distribuição de recursos encontrados na sociedade e nas relações que existem com outras sociedades, os símbolos são responsáveis em dar as pessoas uma forma de compreensão do mundo. São justamente as pessoas que transformam e reconfiguram os símbolos. Quando os trazemos para o nosso objeto de estudo, veremos que há um processo de deslocamento do religioso por meio dos desmembramentos que adquirem deste lado cá do Atlântico, através de orações distintas, diferentes maneiras de conduzir o terreiro, devido aos comportamentos inerentes a cada cultura, as vestimentas, o sotaque, questões que irão pautar e fortalecer a demanda *do fiel que busca o acreditar sem pertencer*. Ao apropriar-se, cada vez mais, *da produção simbólica*, com as feituradas e refeituradas, as crenças mostram-se atentas ao que há de mais novo, socialmente falando. Essa nossa observação fortalece o ponto tratado inicialmente e que constitui a expressão que consegue traduzir qualquer expectativa nesse sentido: “Believing without belonging”.

Quando nos debruçamos sobre a frase descrita anteriormente, veremos que os meios disponibilizados pelas tecnologias, no que diz respeito à propagação das mensagens, nomeadamente, as redes sociais terão um papel preponderante na disseminação da fé, nos moldes de um ciber-fiel curioso, disposto a viver distintas experiências no campo sagrado.

Aqui, podemos fazer uma analogia com alguém que almoce em um self-service em que o próprio cliente faz o seu prato, com o que desejar. Pode colocar um bocadinho de fruta, verdura, arroz, feijão, massa, carne, e ao transferirmos para o campo religioso, o usuário do “produto” pode servir-se à vontade de diversas influências espirituais, sentir-se contemplado em fazer parte do universo místico, mas sem obrigatoriedades. Ou seja, o estar ali não significa pertencer àquele meio, e sem fazer vínculos mais concretos pode desligar-se, desconectar, deixar de seguir, desfazer a amizade ou bloquear a página a qualquer momento.

Seguindo tais orientações, não sugerimos como se dá o comportamento dos ciber-fieis/usuários, adotamos o modelo teórico de referência que delimita os tipos de comportamentos a serem observados, a exposição, o uso, a interação (sem interagir da nossa parte), ou seja, o que se consome em termos de conteúdo, através da quantidade de posts disponibilizados na página do *Facebook* durante o período analisado, das curtidas, dos compartilhamentos, e quais são os comentários feitos. Assim, o referencial teórico exposto a seguir apenas enfatiza o estado da arte sobre os usos dos con-

teúdos mediáticos, o que se tem por conhecido a respeito das especificidades da sua natureza.

A revisão da literatura sobre o fenômeno investigado procura preparar a conceptualização dos resultados com o objetivo de estabelecer uma ligação com os Usos e as Gratificações dos conteúdos digitais da Internet. Tenta-se assim contribuir, mesmo que primariamente, para os debates sobre a ocupação do sagrado nas plataformas digitais, ao mesmo tempo que se exploram as supostas modificações de usos, experiências e gratificações. Com a comparação constante dos conceitos-chave comportamentais (motivacionais) da literatura relacionada, pudemos também adicionar o conhecimento mais consolidado sobre os comportamentos observados na maior rede social do planeta, *Facebook*.

Adicionalmente, a revisão de literatura também nos permitiu realizar os mesmos constructos sobre os espaços físicos, por antes da pandemia, conseguir visitar alguns terreiros, em Portugal, já tendo visitado uns tantos outros, no Brasil. Isto permitiu ter a percepção clara dos espaços reais e virtuais e observar, através da coletânea de Usos e Gratificações, as semelhanças e dessemelhanças das experiências de usos, indicando os papéis desempenhados por cada conjunto midiático, tradicional e digital na perspectiva dos seus usuários.

Posto isto, não temos hipóteses preliminares das razões para o uso dos dois conjuntos de plataformas midiáticas; pelo contrário, procurámos construir a percepção, através de um aporte fundamentado na lógica indutiva, procedente dos dados substantivos, e sequencialmente, procedente da adoção de dados dedutivos pertinentes, o que significa dizer, da análise da revisão de literatura.

A nossa noção de partida é a de que os usuários, os ciber-fiéis, ou consumidores de ambos conjuntos mediáticos buscam conteúdos com distintos entendimentos, justificativas, compreensões, graus de comprometimento, criam redes afetivas, demonstram satisfações através das exposições gratuitas e efetivas, dentre outras disposições relacionadas a atividade que se dirige às tecnologias. O produto final da abordagem desta tese é a construção do entendimento dos significados, definições e percepções dos usuários das tecnologias mencionadas, em uma perspectiva presente e que pretende desenvolver proposições que contenham significativo poder explicativo (hipóteses teóricas) sobre os motivos, usos e experiências com as media. E também, não menos importante, num constante exercício de interdisciplinaridade, trazer para o campo comunicacional, um debate que se faz necessário para compreensão do fenômeno religioso nas redes, na tentativa de contribuirmos efetivamente com as demandas do tempo presente, no estabelecimento de diálogos entre saberes.

Tais diálogos ganharão notoriedade com a Teoria dos Usos e Gratificações, numa perspectiva de contribuição dos internautas crentes ou não, que utilizarão esses espaços online para manifestar o interesse pela fé, partilhar conteúdos em comuns, aproximar-se e interagir com outros seguidores, com os líderes religiosos, tirar as dúvidas num curto espaço de tempo, ou ainda, buscar no digi-

tal motivos suficientes para se deslocar ao tempo físico e viver uma experiência real daquilo que acredita ou quer descobrir.

Com a interação nas redes, os grupos religiosos também se vêem obrigados a produzir significado frequente para aqueles espaços. Com a interferência da tecnologia altera-se a dinâmica de um processo, tanto para quem produz religião, como para quem a vive. Estando o campo de interesse desta abordagem, voltada ao processo de decisão, seleção e procura das media, a ideia central é a de perceber “as razões dos mais evidentes apelos dos meios e os vários tipos de conteúdo, perguntando para a audiência, o que ela pensa e aprecia, baseando-se nos hábitos de uso dos meios” (MCQUAIL, 1993, p. 133).

Nessa mesma linha, veremos que a audiência consome as media através das suas escolhas com intuito de satisfazer objetivos pessoais, como diversão, exposição, entendimento ou resolução de problema. Assim, o comportamento de exposição “filtrada” se ajusta por meio de características psicológicas, sociais e circunstanciais, compreendido por motivações que impulsionam o consumo dos conteúdos dos meios.

Analicamente, a teoria está fundamentada na concepção de que os indivíduos utilizam os media em benefício próprio, colocando as audiências, , num contexto de recepção, como sujeitos ativos no processo de comunicação. Pela primeira vez é citado o papel determinante do usuário em escolher os media que quer usar, o conteúdo que deseja consumir e os efeitos obtidos para si: "as escolhas deliberadas feitas ao utilizar a média, presumivelmente baseiam-se nas gratificações que o usuário procura em prol de si" (Griffin 2012, p. 359).

Propomos então uma tese transversal, assente no paradigma da Teoria dos Usos e Gratificações, cuja construção basilar, histórica, tem fundamentação em pesquisas, sobretudo das décadas de 1970, 1990 e anos 2000.

2.3 Teoria dos Usos e Gratificações

A teoria dos usos e gratificações nasceu de um estudo desenvolvido por Herta Herzog (1940), na primeira metade do século XX, apontado como a primeira publicação que incidia sobre a temática (Greenberg, 1974), embora a consolidação dessa mesma teoria tenha resultado da obra de Blumler e Katz (1974).

Herzog ocupou-se de motivos que levavam as pessoas a dispor de um período de tempo prolongado para ouvir as radionovelas nos EUA. Considerando a heterogeneidade do grupo, composto por indivíduos entre dezessete e sessenta anos de idade, o estudo revelou que a audiência buscava gratificações de cunho emocional, interação social, aconselhamento, apoio, reconhecimento e aqui-

sição de informações (Herzog, 1940). Diante das conclusões, alguns autores defendem que o estudo de Herzog demonstrou a necessidade de abordar as gratificações obtidas, estimulando a realização de pesquisas subsequentes (Greenberg, 1974).

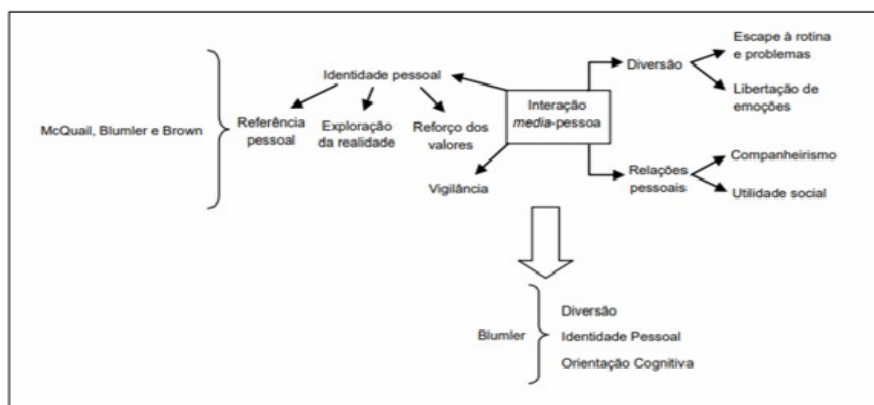
Na década de 1970, as pesquisas sobre a Teoria dos Usos e Gratificações (U&G) focaram mais as gratificações procuradas, deixando de fora os resultados ou gratificações obtidas (Rayburn, 1996). No tempo citado, os estudos examinaram cuidadosamente as motivações da audiência e desenvolveram tipologias dos usos pessoais para satisfazer necessidades sociais e psicológicas. Os estudos apareceram como uma resposta às críticas ao paradigma dos usos e gratificações. Críticos como Swanson (1987) e Lometti, Reeves e Bybee (1977) enfatizaram que a Teoria dos Usos e Gratificações continuava sendo desafiada por quatro problemas: (a) um quadro conceptual vago; (b) falta de precisão nos principais conceitos; (c) quadro explicativo confuso e; (d) falha em considerar as percepções da audiência sobre o conteúdo dos media. Em resposta às críticas, Katz, Blumler e Gurevitch (1974) reuniram uma lista abrangente de necessidades psicológicas que poderiam ser satisfeitas pela exploração aos recursos da comunicação de massa.

Rosengren (1974) sugeriu que certas necessidades básicas interagiam com características pessoais, sociais e ambientais do indivíduo ao identificar problemas e propor soluções. Esses problemas e soluções constituem motivos diferentes para comportamento de gratificação que pode advir do uso dos media ou de outras atividades. Palmgreen e Rayburn (1979, p. 177) argumentaram que a principal tarefa enfrentada pelos pesquisadores dos media era “integrar os papéis desempenhados pelas gratificações e outros fatores em uma teoria geral do consumo de media”. Essencialmente, Palmgreen e Rayburn responderam a pesquisadores anteriores que apelavam a que se investigasse as gratificações procuradas e as gratificações recebidas (Lometti et al., 1977; Rosengren, 1974).

Com efeito, as maiores contribuições a esta teoria foram dadas pelos estudos de McQuail, Blumler e Brown (1972) e Blumler (1979), como podemos ver na figura 1 abaixo. McQuail, Blumler e Brown (1972) demonstrariam os motivos determinantes para que a audiência se expusesse aos media. Para os autores, as gratificações teriam que ver com os seguintes aspetos: diversão, intensificação de relações pessoais, afirmação de identidade pessoal e vigilância.

Blumler (1979) realizou um estudo que também identificou os motivos que conduzem a audiência a ficar exposta aos media. Das quatro razões anteriormente elencadas por McQuail, Blumler e Brown (1972), três destas voltaram a ser citadas por Blumler: diversão, afirmação de identidade pessoal e busca de orientação cognitiva, remetendo para o termo vigilância, tratado anteriormente.

Tabela 1 - Tipologia internacional *media*-indivíduo



Fonte: Oliveira (2015, p. 47).

A categoria diversão foi associada por McQuail, Blumler e Brown (1972) à fuga do normal e à libertação das emoções. Nesta percepção, a audiência liberta-se das obrigações e problemas corriqueiros para usufruir de uma sensação de liberdade.

A audiência tenta assumir o protagonismo na autoria das “emoções e experiências, libertando os sentimentos mais sigilosos, que verdadeiramente a incomodam” (McQuail *et al.*, 1972, p. 154- 155). Falando ainda da diversão, Blumler (1979) menciona a busca por consolo, por uma “massagem no cansaço” e fuga do cotidiano ao explicar que a audiência faz uso do conteúdo com o objetivo de procurar percepções alheias e que possam distrair da realidade.

Na segunda categoria, a das relações pessoais, McQuail *et al.* (1972) estabeleceu um link entre “companheirismo” e “utilidade social”. No primeiro, a audiência busca estabelecer uma ligação com os protagonistas indo assim ao encontro de um sentimento de pertença, sentimento esse que poderá apenas passar por uma ilusão. No segundo, o usuário personifica os atores e os inclui nas relações sociais. Os protagonistas mostram uma análise mais ampliada, tendo em vista que essa categoria é a que mais contribui para os estudos sobre media e audiência por estimular as reflexões sobre uma relação unilateral. É justamente nesse ponto que os usuários determinam os conteúdos escolhidos e os media estabelecem um comportamento indiferente na relação, uma vez que os conteúdos não expressam quem é a audiência (McQuail *et al.*, 1972).

Quando se fala sobre “identidade pessoal”, McQuail *et al.* (1972) ressaltam as seguintes gratificações: “referência pessoal”, “exploração da realidade”, e “reforço dos valores”. A busca de uma semelhança que lhes seja familiar pode ser vinculada às brechas cotidianas dos indivíduos, que assim procuram responder às suas necessidades.

Blumler (1979) menciona a gratificação “referência pessoal” como o caminho que o consumidor percorre nos media para satisfazer as demandas que faltam na sua vida. Mesmo que seja uma forma fictícia, funciona como uma espécie de compensação para as frustrações da vida real. O pensar sobre a referência pessoal leva à emergência da próxima gratificação.

A “exploração da realidade” citada por McQuail, Blumler e Brown (1972, p. 158-160) expõe como parâmetro a realidade em que o consumidor dos conteúdos busca caracterizar ou alcançar aspectos que faltam na sua vida. Nesta categoria, encaixam-se os programas que propiciam um elo entre os conteúdos e a existência do indivíduo, estimulando-o a experiências e perspectivas de vida. Ao explorar a realidade, a vontade da audiência é consumir conteúdos sobre assuntos com os quais tenha familiaridade, partilhando-os com outros usuários.

Neste sentido, procura-se o “eu interior”, termo que se encaixa na gratificação “reforço dos valores” (McQuail *et al.*, 1972, pp. 158–160). Os autores afirmam que essa gratificação é obtida quando a audiência consome programas que traduzem valores em que acreditam como, por exemplo, o entretenimento que visa a necessidade de consolidar os vínculos familiares ou que busquem as relações interpessoais e amorosas. Blumler (1979), todavia, faz outras considerações sobre a gratificação e reforço dos valores. Para o autor, a busca pelo reforço de valores pessoais encaixa-se na categoria “identidade pessoal”, pois é realizada na tentativa de fortalecer o quem eu sou, trazendo reflexões sobre as questões sociopolíticas da vida cotidiana.

Debatendo a próxima categoria, McQuail *et al.* (1972) expõem que a “vigilância” está relacionada com a busca por informações com o objetivo de promover reflexões sobre problemas de caráter social e político. Essa definição diferencia-se da exploração da realidade, pois ultrapassa a busca de informações, ao estimular a resolução de problemas.

Depois das análises promovidas sobre as categorias, as respectivas gratificações, as tipologias de McQuail *et al.* (1972) e Blumler (1979) finalizam com a “orientação cognitiva”. Em ambas as obras, esta gratificação resume-se à busca por referências, pois ao fazer uso dos mídia, a conclusão obtida é o aumento do conhecimento. Logo, a audiência sente-se mais informada e, por consequência, gratificada ao atender às suas necessidades.

As gratificações aparecem como razões, motivos, para que os comportamentos dos consumidores sejam guiados no alcance dos objetivos. Por serem os consumidores que buscam teorias gratificações, esses mesmos consumidores são conscientes dos motivos dessa busca e são plenamente capazes de explicá-los (Ojo & Adedayo, 2017). Um ponto que merece nosso destaque é: o quanto essa teoria demonstra mais preocupação com o que os consumidores fazem com os processos de comunicação do que o contrário. Há uma suposição por parte dessa teoria, que os consumidores influenciam diretamente os processos comunicativos que lhes são dirigidos (Katz *et al.*, 1973). Com a evolução da internet, o potencial de uso dessa teoria passou a ser mais amplamente explorado. Devido a esse contexto, diversos estudiosos começaram a analisar os incentivos pela busca de gratificações. Entre estes, citamos: Hossain, Kim & Jahan (2019) por se referirem à busca por algo que mantenha as pessoas informadas.

Quando falamos de entretenimento, os espaços online, diante da produção conteudística frequente, caracterizam-se por serem ricos locais para serem explorados. O «uso ritualizado» dos media revela ser capaz de gratificar necessidades como «passar tempo», «companhia», «escape», «excitação». O «uso instrumental» ajuda na «busca de informação» e «visualização de notícias» de «programas informativos» - a «vigilância» de que já Lasswell falara (Rubin, 1984; Kim e Rubin, 1997; Lasswell, 1948). Desta forma, poder-se-á concluir que o «uso instrumental» associar-se-á mais à gratificação de necessidades de índole cognitiva e o «uso ritualizado» à satisfação de necessidades de carácter afectivo/emocional.

A tipologia dos usos proposta por Alan Rubin (1984) pode ser pensada de acordo com as motivações, afinidades, o grau de seleção e intencionalidade que a audiência expressa na exposição aos media. De acordo com a perspectiva da Teoria dos Usos e Gratificações, motivos diferentes combinam com diferentes usos dos media. E usos distintos combinam com diferentes níveis de afinidade (Ferguson e Perse, 2000: 158). Atendendo às características dos media e à tipologia de usos, entende-se que embora a mesma tipologia de uso possa ser associada aos mesmos media há espaço para que possa ser agregada a outros media, nomeadamente à internet, espaço que naturalmente tende a estimular a interatividade.

As conexões em rede facilitam os diálogos, os contatos em várias partes do globo, bem como incentiva os usuários a terem, ao menos, um perfil, uma conta, nas redes para facilitar o propagar das informações com públicos múltiplos, por meio dos vários dispositivos comunicacionais.

Esses permitem que se estabeleça uma relação entre os participantes da mensagem – como característica dos espaços computacionais conectados em rede que viabilizam a informação. Segundo Pierre Lévy, podem ser identificadas três tipologias de «interatividade»: «mensagem linear não-alterável em tempo real»; «interrupção e reorientação do fluxo informacional em tempo real»; e «implicação do participante na mensagem». Neste contexto, as «mensagens lineares» associadas a dispositivos de media como a imprensa, o rádio, a televisão ou o cinema colhem «grau baixo de interatividade». A «implicação do participante na mensagem» colhe «grau elevado de interatividade» e é despoletado, designadamente, pelos jogos e comunicações no «mundo virtual» (1997: 86-87).

Já que estamos falando em **interatividade**, na possibilidade dos engajamentos trazidos por outras maneiras de relacionar-se, cabe aqui, abrir aspas em relação ao conceito. Tendemos associar a palavra ao tecnológico, nomeadamente, ao mundo dos computadores: «interatividade é um conceito de comunicação e não de informática. Pode ser empregado para significar a comunicação entre interlocutores humanos, entre humanos e máquinas e entre usuário e serviço» (Silva, 2001: 5).

Ao seguir as pistas do trilho, existem diretrizes que o indivíduo é convidado a participar ativamente no processo de comunicação, seja na emissão de um determinado conteúdo, seja como (co)criador do próprio conteúdo, seja para dar *likes*, ou partilhar informações de outrem, ou ain-

da, apenas espreitar o que acontece nos espaços, quando fica online e o relógio contabiliza o tempo em que visualizou as redes. Há necessariamente espaço para que o utilizador possa «ouvir, ver, ler, gravar, voltar, ir adiante, seleccionar, tratar e enviar qualquer tipo de mensagem para qualquer lugar. Em suma, a interatividade permite ultrapassar a condição de espectador passivo para a condição de sujeito operativo» (Silva 2001: 2). A ideia é compartilhada na obra «*The Language of New Media*» da autoria de Lev Manovich (2001), onde é narrado que os «novos media são interativos» e concede um papel participativo ao utilizador. Para Manovich, a «interatividade» acabou por permitir que o utilizador «possa escolher que elementos quer ver ou que caminhos quer seguir» e, desta forma, assumir o papel de «coautor da obra» (2001: 49).

Ainda sobre a «interatividade», referimos que esta pode ser associada a diferentes graus e com diferentes tipologias. Para explorar esse ponto, estão os contributos de Lévy (1997), Thompson (1998), Sundar, Kalyanaraman e Brown (2003).

Os autores consideram que “a palavra interatividade é usada de forma indiscriminada seja em textos, publicidade ou no dia-a-dia das pessoas”, normalmente para ressaltar uma qualidade de um serviço, ou produto, mas esta palavra aplica-se ao campo tecnológico. Manovich (2002, p. 55) recorre ao termo para descrever as modernas interfaces humano/computador HCI (Human Computer Interface), que são caracterizadas como “máquinas interativas”, que permitem ao usuário controlar o computador em tempo real pela manipulação da informação, diferente das interfaces antigas, que apenas exibiam um conjunto de dados. Com o objetivo de manipulação, a “informação” está inserida numa máquina, logo esta torna-se um objeto interativo.

Por outro lado, interação refere-se a contextos mais gerais, tanto quanto a relação de humano para humano, através do contato físico, como humano/máquina, na medida em que a máquina é um objeto interativo. No entanto, o acesso à tecnologia não inviabiliza a interação, porque quando a relação máquina/humano transcende a interatividade, que é exclusiva a modificações de informações e das próprias ferramentas, atinge o desenvolvimento de bases cognitivas que envolvem interpretação, análises e aprendizagens. Nesse contexto, o que se tem a interação usuário/máquina (Sepé, 2006).

Podemos concluir que ao usar o computador, possivelmente acontecerá interação quando os níveis cognitivos forem atingidos e, neste ponto, também se iniciam as reflexões sobre a relação entre comunicação-interação-interatividade. Uma vez que fica evidente a aplicação do conceito interação ao mundo virtual em situações particulares, opta-se pela utilização do termo comunicação (Sepé, 2006).

Por sua vez, John Thompson (1998) expõe três tipologias de interação: «interação cara a cara»; «interação mediada»; e «interação quase mediada» (1998:116- 122), como visível abaixo:

Tabela 2: Tipologias de interação

Características da interação	Interação cara a cara	Interação mediática	Interação quase-mediática
Constituição espaço-temporal	Contexto de copresença; sistema de referência espaço temporal compartilhado	Separação de contextos; disponibilidade estendida no tempo e no espaço	Separação de contextos: disponibilidade estendida no tempo e no espaço
Alcance dos sinais simbólicos	Multiplicidade dos sinais simbólicos	Estreitamento do raio de ação dos sinais simbólicos	Estreitamento do raio de ação dos sinais simbólicos
Orientação da ação	Orientada especificamente para os outros	Orientada especificamente para os outros	Orientada para um indefinido número de destinatários potenciais
Dialógica /monológica	Dialógica	Dialógica	Monológica

Fonte: John Thompson (1998:120)

Para Thompson, a «interação cara a cara» é caracterizada por ter índole de «copresença», «dialógica» e pela «multiplicidade de sinais simbólicos». Ou seja, quando a interação é vivida no mesmo espaço e tempo, emissor e receptor apresentam caráter dialógico pelo facto de a comunicação ser exercida como via de mão dupla. Nesse contexto, os papéis de emissor e receptor podem ser trocados e, além do mais, ambos podem tornar-se emissores e receptores ao mesmo tempo.

Nessa forma de interação, o diálogo é incentivado em relação a outras maneiras de expressão. Pronomes demonstrativos como “aqui”, “agora”, “este”, “aquele”» podem ser interpretados com sucesso, devido à multiplicidade de sinais simbólicos, numa troca dialógica que se constitui nas nuances da proximidade do contato.

Expressões comumente usadas no cenário religioso do meio umbandista, quando há referências claras de interações vistas no online ou no offline, são as que se referem aos líderes religiosos em iorubá, tais como *Yakererê*, *Yalorixá*, *Babalorixá*, havendo aqui uma apropriação clara de pronomes de tratamento com o intuito de gerar uma aproximação entre usuário e liderança. Os media também “nivelam” emissor e receptor da mensagem quando assumem uma dupla função de emitir e receber a mensagem ao mesmo tempo, trazendo a sensação de proximidade hierárquica, incentivando a abordagem dialógica das questões num patamar próximo de fala.

Segundo John Thompson (1998:120), uma interação caracteriza-se por ser uma comunicação mista, visto que a verbal e a não verbal estão presentes, simultaneamente, ao longo de todo o

processo de comunicacional. Isto leva a que as palavras possam ser reforçadas ou ilustradas por gestos, emojis, gifs, não menos importantes para o entendimento (Thompson, 1998:117, *grifo nosso*).

Por outro lado, a «interação mediada» não pede que os intervenientes no processo de comunicação estejam fisicamente presentes no mesmo espaço. Aqui a interação acontece por meio do recurso a «um meio técnico (papel, cabos elétricos, ondas eletromagnéticas, etc.)» permitindo, por isso, que emissor e receptor se encontrem em espaços físicos diferentes e distantes (Thompson, 1998:117).

Nesta perspectiva, a interação, a comunicação, pode ser estabelecida através de uma carta, de um e-mail ou de uma conversa telefónica, de uma vídeo chamada. Um dos aspectos para o sucesso desta tipologia de interação está na capacidade de os intervenientes atenderem não apenas à quantidade de informação como ao contexto em que essa mensagem é transmitida. Ressalva-se ainda o facto de ser necessário utilizar menos recursos simbólicos com o intuito de não provocar ambiguidade na comunicação (Thompson, 1998:118). A «interação quase mediada» acontece através dos media de onde ressaltam a televisão, livros ou os periódicos. Pode ocorrer ao mesmo tempo ou em momentos distintos. Há, por isso, espaço para que exista separação de contextos, disponibilidade extensiva no tempo e no espaço. Para Thompson, a televisão surge como o exemplo mais expressivo porque nem apresenta recursos que permitam uma interação face a face nem uma interação mediada. Aqui o indivíduo, apesar de não participar no evento que estiver a ser transmitido, tem acesso a um conjunto de recursos simbólicos que permitem uma compreensão elevada da mensagem. A «quase interação mediada» é orientada para um número de receptores indefinidos e assume um carácter monológico, não havendo obrigatoriedade nem de respostas por parte do receptor nem de controlo reflexivo da resposta (Thompson, 1998:119-121).

O primeiro ponto «funcional» liga-se diretamente aos utilizadores que irão ter a capacidade de estabelecer uma possibilidade de «interatividade». Ao nos apropriarmos das palavras dos autores, pode-se concluir que a «interatividade» permite estados de «baixa interatividade», se não disponibilizar ao utilizador recursos que permitam estabelecer comunicação, se não despertar interesse através do conteúdo disponibilizado; em seguida, «média interatividade», se fornecer, por exemplo, um link para acesso a informações extra; e «alta interatividade» se for disponibilizado, por exemplo, um e-mail que dê a possibilidade ao indivíduo de enviar uma mensagem. Esta concepção foi desenvolvida pelos autores ao analisar um site onde era feita a promoção de um candidato político fictício. Diferenças foram encontradas entre os que tinham «baixa», «média» e «alta» «interatividade». Os participantes que dispunham de recursos que lhe permitissem ter um comportamento de «interatividade «média» e «alta» revelaram um sentimento mais «carinhoso» e «sensível» para com o candidato do que os participantes que estavam expostos a «baixa interatividade». «Alta interatividade»

revelou afinidade com o candidato, por parte dos participantes que não demonstravam interesse na política, mas afastava os que eram politicamente esclarecidos. Por outro lado, a «média interatividade» seria, para os participantes esclarecidos, o nível desejado, porque proporcionaria afinidade entre eles e o candidato. Parece, assim, que para os autores é necessário não só serem disponibilizados os recursos, como garantir a interligação das mensagens facilitando o ato de «interatividade».

Por sua vez, a «interatividade contingencial» define que a mensagem está dependente de outra mensagem. Desta forma, este caminho compreende a troca de mensagens entre os distintos utilizadores pelo que, para esta acontecer, torna-se imperativo que se estabeleça o diálogo e que exista feedback (Sundar, Kalyanaraman e Brown, 2003:33-35). É o que se passa na troca de mensagens que se fazem por exemplo, nas diferentes redes sociais, *Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter, blogs, ou LinkedIn*, ou ainda, plataformas como *Zoom, YouTube* que se apresentam como um mundo onde a «interatividade» se exercita, permitindo a partilha de conteúdos entre as pessoas. É justamente nessa ideia de interatividade «contingencial» que o nosso entendimento se faz.

Diante do que expusemos até agora, a «interatividade» mostra-se como capaz de permitir à audiência transformar o processo dialógico que se constitui, algumas vezes, como o movimento de mão dupla, exercendo um papel distinto face à exposição aos conteúdos mediáticos e contribuindo para que essa exposição possa conduzir a práticas das quais se possa retirar novas gratificações.

Gratificações fortalecidas pelos usuários da internet são alvo de exploração por parte de investigadores como Sanjit Kumar Roy (2008), cujo estudo exploratório apontou as gratificações dos utilizadores da internet num contexto indiano, ao contrário dos ambientes norte-americano ou europeu que habitualmente servem de pano de fundo para a investigação sobre os usos e gratificações. Para realizar a pesquisa, Roy analisou as respostas de 4.512 questionários. O trabalho foi realizado ao longo de quatro etapas: a primeira, envolveu a caracterização dos usos e gratificações diante do uso da internet; a segunda, teve como objetivo, analisar as gratificações específicas à internet; na terceira foi confirmada a informação da segunda etapa; a quarta, por sua vez, analisou as diferenças de género na utilização da internet. A investigação elaborada por Sanjit Kumar Roy mostra-nos que entre as gratificações de primeira ordem estão as seguintes: o «autodesenvolvimento», a «facilidade de uso», a «exposição ampla» e o «relaxamento». Gratificações de segunda ordem serão aquelas que existem entre o conteúdo e o social. Quanto ao género, não há diferenças significativas no tocante à utilização de «e-mail», mas percebem-se diferenças masculinas quando se compara «jogos», «obtenção de informações de negócios», ou «download de software» e diferenças femininas no que se refere a um maior protagonismo em usos como o «bate-papo», a «procura de emprego» e a «busca de informação relacionada com a educação». Roy ainda acentua que o estudo evidenciou uma tendência para se destacar «jogos online, música e outros conteúdos de entretenimento puro», em

lugar de «busca de informação». Diante desse tema, Roy alertou para que sejam desenvolvidas técnicas com intuito de contribuir para melhorar este tópico (2008: 87-89).

Ao falarmos de interação nos espaços online, inevitavelmente, chegaremos às redes sociais. Para Urista, Dong e Day (2008), os perfis nesses espaços oferecem aos usuários uma possibilidade, entre inúmeras outras, de facilitar a comunicação com familiares, amigos e outras pessoas, conhecer mais gente, e gerir com mais eficácia e rapidez a conquista das gratificações. Os autores atribuem especificamente a popularidade das redes sociais *Facebook* e *My Space* ao facto de possibilitarem a partilha de músicas, textos, fotos, vídeos, transformando aquele local virtual numa «home page», ou seja, atribui-se, através da página, uma identidade ao usuário. Diante dessas informações, os autores elaboraram uma pesquisa, em que o ponto de partida é o seguinte: «como é que os membros usam os sites para satisfazer os seus desejos e necessidades?»

O motivo que levou as pessoas a usarem essas duas Social Networking Sites (SNSs) ainda é uma incógnita para os autores. Em busca de respostas mais claras, Urista, Dong e Day recorreram aos fundamentos da Teoria dos Usos e Gratificações e desenvolveram uma pesquisa exploratória. A amostra foi realizada com cinquenta alunos de uma Universidade na Califórnia. Os dados recolhidos através da realização de grupos de foco trouxeram os seguintes resultados: as redes eram usadas por permitirem uma «comunicação eficiente» e uma «comunicação conveniente».

De acordo com os participantes, as redes possibilitam a «interação» e a «partilha» de determinada informação com várias pessoas e ao mesmo tempo. Segundo o estudo, os utilizadores abriram conta nestas redes sociais após incentivo de amigos e familiares. Entre outros motivos também, está a «curiosidade sobre as outras pessoas». Esse interesse pode ter como intuito a recolha de informação sobre as «pessoas com quem trabalham», seus «vizinhos» ou sobre «pessoas por quem estão apaixonados» ou que «gostavam de namorar» ou que «conheceram e com quem estão a desenvolver um relacionamento». Outra das razões prendeu-se com a «busca de popularidade» que pode passar por «adicionar um número elevado de pessoas», «obter mais comentários», «criar ranking de popularidade». Por fim, os autores identificaram o recurso às redes para a «formação de relacionamento e reforço» que mais não é do que recorrer à rede social para «conhecerem novas pessoas e manutenção de relações pré-existentes» (Urista, Dong e Day, 2008: 221-225).

Neste sentido, pode ler-se a partir do trabalho desenvolvido por Urista, Dong e Day que a internet, através das suas ferramentas, possibilita a «busca de informação» de maneira superficial, bem como a «partilha». É necessário ainda, sublinhar que a «busca de informação» pode estar correlacionada com bens e serviços ou pessoas do mundo da fama ou o vizinho que vive na mesma rua. A internet também faculta ao indivíduo a gratificação da «partilha» de informações que podem ser as histórias dos outros e também a sua própria história (Urista, Dong & Day, 2008). Assim, materializa-se uma «partilha» que fundamenta conhecimento, promove informação (por vezes desinforma-

ção), a «interação social» com alguém próximo ou distante. A oportunidade de «partilhar» possibilita que algo, em qualquer lugar do mundo se torne visível. O pensamento, a ideia ou a opinião individual torna-se conhecimento público, graças à possibilidade de se escrever no ecrã virtual, na Wall do SNS como *Facebook* ou *Twitter* (e.g. Smock, et al., 2011; Chen, 2011). Os indivíduos têm, deste modo, a oportunidade de se expor «auditivamente e fisicamente» (Livingstone, 2003: 26). Estas partilhas devem-se ao facto de a internet ser, como anteriormente descreveu Kerckhove, um «meio que é oral e escrito, privado e público, individual e coletivo ao mesmo tempo» (1997: 249).

Nesta perspectiva, a audiência sobrevive assim ao Eu, que não sendo Eu real, é o Eu que no meio desses eus, adquirem espaço de expressão, produção de sentido e de gratificação. Desse modo, há assim, sinais da visão de Kerckhove que considerava que «os computadores criaram uma nova forma de cognição intermédia, uma ponte de interação continuada, um *corpus callosum* entre o mundo exterior e os nossos eus interiores» (Kerckhove, 1997: 52). Como qualquer universo, exigente, a internet solicita a cada indivíduo uma exposição que requer «seleção» de ações e percursos, bem como a maneira como ele ajudará ao desenvolvimento e «envolvimento» daquele espaço.

Dito isso, atrelado a audiência, a perspectiva da Teoria dos Usos e Gratificações, combinam com diferentes usos dos media. Os usos distintos combinam com diferentes níveis de afinidade (Ferguson & Perse, 2000: 158). Atendendo às características dos media e à tipologia de usos, entende-se que embora a mesma tipologia de uso possa ser associada aos mesmos media, há espaço para que possa ser agregada a outros media, nomeadamente à internet. Entre as inúmeras possibilidades de agregar, as alterações nas tipologias e, conseqüentemente, na nossa maneira de interpretar e viver trazidas pelo mundo mediático, trazemos Kerchove (1997), quando no final do livro: *A Pele da Cultura* sublinha as novas relações introduzidas pelos computadores.

A nossa relação passiva com o ecrã «objectivo» acabou; os computadores introduziram toda uma série de novas relações – interfaces – entre as pessoas e os ecrãs. As nossas máquinas falam e esperam respostas. Mais ainda, porque os computadores intensificam e aproximam as relações entre todos os meios electrónicos e os media integrados estão a mudar e expandir as raízes da psicologia humana. (...) Um novo ser humano está a nascer. (Kerckhove 1997: 273-284)

Vivemos em um tempo em que as nossas relações foram alteradas; a nossa maneira de estar e pertencer socialmente passa pelo que somos também nas redes. Ou seja, os computadores, telemóveis, tablets alteraram e expandiram as nossas interações, comportamentos, pensamentos, emoções e estados fisiológicos. Não basta existir, é preciso ter uma conta numa rede social qualquer para dar “validade” a quem somos e a quem nos tornamos.

A Teoria dos Usos e Gratificações revela uma nova ideia da relação entre audiência e uso dos media. O papel central continua a ser dos media, só que o controle deixou de estar neles e passou à audiência, fator esse gerador de “autonomia”. Neste sentido, podemos dizer que não são mais

os media a escolher o que querem da audiência, mas antes a audiência a escolher o que quer, porque quer, quando, onde e como quer usar e expor-se aos media. Esta conceção ganhou expressão na década de 70 e é ainda hoje mais válida e mais sentida no contexto do mundo mediático (Katz, Gurevitch, Haas, 1973: 165; Napoli, 2012: 79).

2.4 Usos e Gratificações hoje

O pesquisador Griffin (2012) avalia que "a noção de que os media competem por atenção e tempo é apenas um passo inicial na compreensão das escolhas feitas". Já McLeod (1982) argumentava que as gratificações procuradas e recebidas deveriam ser analisadas diferentemente, uma vez que nem sempre se atingem os objetivos propostos inicialmente após um tempo de uso. As perspectivas apresentadas já haviam apontado o contributo das pesquisas sobre os Usos e Gratificações para a complexidade das análises necessárias e para o entendimento da relação dos media com as audiências. Antes, ao se centrarem nos media tradicionais, os contributos de McQuail (1972) e Blumler (1979) já demonstravam um modelo mais participativo dos usuários desse tipo de conteúdo.

Ao atualizar os temas, com o advento da tecnologia e a inserção de outros media na sociedade, a questão que surgiu foi se os Usos e Gratificações também se aplicavam às ferramentas tecnológicas. Estudos feitos para investigar usos e gratificações das redes sociais, designadamente o *Facebook* ou *Instagram* (Karimi, Khodobandelou, Ehsany e Ahmadet 2014) são alguns exemplos de pesquisas que originalmente tinham como foco responder a essa pergunta. A pesquisa com base na Teoria dos Usos e Gratificações examinou a gratificação procurada e a gratificação obtida pelo uso de sites de redes sociais entre os iranianos, estudantes de ensino superior da Malásia, Inglaterra e África do Sul. A comparação permitiu tirar conclusões sobre como as redes sociais atendem às necessidades dos usuários provenientes de diferentes culturas. Curiosamente, os pesquisadores descobriram que diferenças culturais podem determinar os usos e gratificações das redes sociais. Falaremos mais dos estudos de Karimi, Khodobandelou, Ehsany e Ahmadet 2014, no capítulo sobre a análise dos resultados.

Vários autores interpretam que não existem diferenças entre os media tradicionais e a internet quando falamos sobre os usos e gratificações (Kassab & Yuan, 2012). Neste cenário, compreendemos que o ciberespaço assume os contornos dos media tradicionais ao permitir a relação entre pessoa e tecnologia, tal como é proporcionado pelo comando televisivo, especialmente após a inclusão da televisão ligada à internet, que trouxe grandes semelhanças entre os media (Williams, Strover & Grant, 1994; Silva, Moulthrop, & Muha, 2001). Partindo deste pressuposto, o mundo televisivo e o mundo on-line apresentam inúmeras afinidades nos tempos atuais; e Pierre Lévy fundamenta-se neste raciocínio, que põe a internet no mesmo patamar dos media televisivos. Para o pesquisa-

dor, a internet é um mundo estruturado, que permite ao usuário explorar seu espaço, tal como na televisivo atual, em que o espectador tem a oportunidade de definir os rumos do conteúdo, transformando-se em um personagem ativo, devido a oportunidade de controlar o seu acesso dentro de uma imensa base de dados, com as suas escolhas a refletirem seus princípios e valores (Lévy, 1999).

Em resumo, Lévy expressa, assim, que a internet é um mundo organizado, que viabiliza ao espectador a oportunidade de definir os rumos do conteúdo e coloca o consumidor como um personagem atuante, uma “espécie de de protagonista” (*destaque nosso*) devido a oportunidade que lhe é dada de controlar o seu acesso dentro de uma imensa base de dados, com as suas escolhas a refletirem seus princípios e valores (Lévy, 1999). Em contrapartida, Baudrillard pensa que a internet caracteriza a conversão de todos os usuários em atores, e culminando na morte do espectador e no fim da ilusão estética, ao observar que o mundo virtual resulta no afastamento do mundo real, do pensamento, do conhecimento e torna a massa cada vez menos crítica (Baudrillard, 2011).

Um estudo mais esmiuçado foi desenvolvido por Jere e Davis (2011), autores que analisaram o consumo de revistas e da internet por mulheres africanas. Os autores desenharam o acesso à internet por forma a que o seu uso se realizasse com o objetivo de obter gratificações como: utilidade interpessoal, buscar informações, promover ações de vigilância, autodesenvolvimento, exploração, escape e procura de oportunidades de trabalho.

Quando olhamos para a descrição do “autodesenvolvimento”, categorizado por Jere e Davis (2011, p. 17) notamos a presença de três subitens: a busca pela potenciação da criatividade, o desenvolvimento e o auto crescimento dos participantes. De acordo com os relatos das mulheres, elas buscavam incluir um estilo de vida saudável que passava pelo desenvolvimento de habilidades domésticas e o acesso a conteúdos de autoajuda, para fomentar a autoaprendizagem. As categorias “exploração” e “escape” são apresentadas pelos autores dentro da dimensão ‘relaxamento/escape’. No quesito “exploração”, os resultados obtidos direcionam para a exploração da internet como uma atividade que mantém o usuário entretido, tanto que é comum viajar no tempo e em espaços virtuais, fugindo da vida cotidiana; complementando este universo, o “escape” foi compreendido como o uso de ferramentas tecnológicas para explorar outra realidade e alcançar fuga social (Jere & Davis, 2011).

Outra categoria explorada foi o “divertimento”, que inclui a necessidade de realizar uma atividade de lazer e com isso sentir-se descansado e longe de preocupações. Mas, em alguns casos, a gratificação almejada consistia em “oportunidades de trabalho”, ao buscar informações profissionais e realizar entrevistas para conseguir uma posição no mercado de trabalho (Jere & Davis, 2011). Um estudo avaliou a importância dada ao anonimato por usuários da rede social *Instagram*. Os resultados reportaram que as gratificações obtidas eram a “autoapresentação”, que foi entendida como

uma autoaprendizagem; a busca por “informação” com caráter de vigilância; “socialização”, na perspectiva de buscar companhia; e “entretenimento” para obter diversão, relaxamento e escapar à realidade (Kasakowskij, Friedrich, Fietkiewicz & Stock, 2018).

O quadro abaixo resume as gratificações que podem estar associadas ao uso da internet e que foram identificadas conforme o que disponibilizamos acima. Essa grelha teórica servirá para estruturar a análise dos resultados desta tese.

Tabela 3: Resumo das gratificações deste estudo

Gratificações obtidas	Autor e ano
Relaxamento-escape	Ferguson & Perse (2000), Roy (2009), Jere & Davis (2011)
Companhia	Roy (2009)
Autoaprendizagem	Roy (2009), Jere & Davis (2011)
Pesquisar informação específica	Roy (2009)
Lazer/passar tempo	Ferguson & Perse (2000)
Interação	Roy 2009
Anonimato	Kasakowskij <i>et al.</i> (2018)

Fonte: Organização e adaptação da autora

Assim, percebe-se que a teoria dos U&G “alterou-se e amadureceu em resposta a evolução de novas tecnologias, e o que se aplica aos media tradicionais não é necessariamente aplicável aos novos meios de comunicação” (Yuan, 2011). Para Yuan essas mudanças na tipologia foram estimuladas por “estudiosos que acreditavam no poder da audiência para selecionar e filtrar mensagens” (Yuan, 2011, p. 5) e, a partir destas constatações, desafiaram a ideia de que a sociedade aceita as mensagens recebidas sem fazer análises críticas, colocando a audiência na qualidade de um sujeito mais participativo.

A participação dará aos usuários um “poder de controle” em relação ao conteúdo que se irá expor; na mesma proporção, poderá também permitir controlar o que não se quer ver, evitando assim a publicidade indesejada, por exemplo. Esta perspectiva permite perceber que se os indivíduos têm a percepção do “indesejável” e da necessidade de selecionar e escolher aquilo que é a oferta dos media, então passam a mensagem que nem todos os media podem satisfazer todas as suas necessidades e admitem conhecer a existência de outras fontes às quais podem recorrer para obter gratificação das suas necessidades. Fontes que podem passar por um passeio com os amigos, a leitura de um livro ou a ida ao parque em família (Webster, 2006). A audiência acaba, assim, por selecionar o meio que acredita ser capaz de melhor a gratificar (Perse e Dunn, 1998: 436). Trata-se do «empowerment dos telespetadores», como afirma Mullan (1997: 19), que pressupõe que as audiências empreendam atividades de observação, reflexão e seleção através ao uso dos media, tendo como fundamento a gratificação (Damásio, 2009: 115; Godlewski & Perse, 2010: 150; Perse e Dunn, 1998: 436, Lin, 1993; Blumler, 1979).

Quanto a indicação sobre o uso e gratificações mediante redes sociais, nomeadamente o *Facebook*, tanto os homens como as mulheres tendem a ter contas nos sites sociais, apresentando usos e gratificações variáveis (Raacke & Bonds-Raacke: 2008). Por isso, não se pode falar de padrões de consumo e de gratificações, mas sim de motivações gerais para a exposição (Cooper & Tang, 2009: 405). Dito isto, o mundo dos media, em geral, e a audiência, em particular, estão em mudança. A audiência surge, hoje em dia, como «um novo ser humano», para usar uma expressão de Kerckhove (1997: 284). Um ser que tem poder de decisão e seleção perante a multiplicidade de ofertas de meios e de conteúdos. As novas tecnologias inscreveram nos media três características que Wolton aponta como sendo as seguintes: «autonomia, domínio e rapidez [em que] cada um pode agir sem intermediários, quando quiser, sem filtro nem hierarquia e, o mais importante, em tempo real» (Wolton, 1997: 77, itálico do autor).

Ao nos referimos a audiência, compreendemos que diante do exposto, ela aparenta ser alvo de uma interpelação constante através do exercício de uma escolha deliberada. Essa escolha estimula a emancipação do usuário, do ciber-fiel, dando-lhe a “sensação” de que pode selecionar à vontade.

2.5 O que podemos chamar de audiência?

Os media e a audiência²⁷ estão diretamente relacionados e são dependentes, podendo ser visualizados a partir das perspectivas de socialização, interesses de mercado, estimulação da cidadã-

²⁷ A audiência deste estudo são os grupos candomblecistas e umbandistas no *Facebook*, em Portugal.

nia e outros fins.

Quando buscamos o conceito de audiência, o Dicionário da Língua Portuguesa²⁸ traz-nos a seguinte definição: audiência é um “grupo de ouvintes ou espectadores; assistência” ou ainda um “conjunto de pessoas que, num dado momento, assistem a um programa de televisão ou ouvem uma emissão radiofónica”. Uma definição que evidencia a etimologia do termo – proveniente de *audire* – remete para a vivência no teatro grego e romano. Nesses lugares, estão as pessoas com condições de ouvir, numa relação de co-presença.

Já no dicionário de Ciências da Comunicação, refere-se audiência, como o “grupo de indivíduos que tem acesso a um produto mediático” e também como: “conceito fundamental para a compreensão do efeito social dos media, ao definir o universo de pessoas que é afetado pelas mensagens de um meio de comunicação” (Leão, 2000, p.27). Nesta situação, podemos admitir que os media produzem efeitos nos receptores, consequentemente, têm influência social. James Webster e Patrícia Phalen (1997, p.1), vão mais além na concepção da formação das audiências, ao ligarem um forte peso cultural ao valor económico e ao sublinharem: “a audiência é o alicerce do poder económico e cultural dos media”.

Através dessas definições de audiência, de carácter coletivo, podemos extrair que, desse modo, o termo designa grupos de indivíduos que atuam como receptores de uma determinada mensagem, produzida por uma fonte específica que, via de regra, a comercializa e propaga através de um canal direcionado. De certo modo, a mensagem influencia direta ou indiretamente os indivíduos que lhe estão ligados.

No entanto, mesmo pensando o conceito de audiência num sentido aglutinador, temos o real risco de não trazer alguns significados complementares que possui, resultado da complexa natureza e do dinamismo com que os cenários podem desenhar-se, tornando-se difícil delimitar uma amostra. Como nos referiu McQuail (2003, p. 364) “o termo audiência tem um carácter abstrato e questionável e a realidade a que se refere é também diversa e está constantemente em mudança”.

O conceito tem vindo a desenvolver-se a partir de ideias como: “utilidade”, onde a comunicação social pode ter funções instrumentais para seu receptor, “intencionalidade”, que pondera o consumo dos meios como sendo dirigido por motivação prévia e que energizaria um comportamento “seletivo”, no sentido da ação dos receptores refletirem preferências e interesses prévios, bem como a não previsibilidade da influência dos meios (Blumler, 1979 e Levy e Windhal, 1985). Tais conceitos remetem para a noção de uma audiência que apresenta variações de atitudes e ações, devido aos interesses diferenciados que norteiam a sua atenção.

Um receptor poderia ser considerado como mais ativo, dentro da sequência anterior à exposição, se procurasse antecipadamente informações sobre um determinado conteúdo dos media e se

²⁸ Dicionário online da Porto Editora, disponível em: www.infopedia.pt

planeasse sobre quando e o quê consumir nos meios. Poderia também ser considerado ativo se tivesse uma expectativa clara do que possivelmente pudesse obter de algum ato comunicativo, ou se pudesse especificar os critérios usados na escolha do material curtido e compartilhado. Na fase do consumo em si, a atividade poderia ser avaliada pelo grau de atenção dado ao material consumido ou pela habilidade de recordar o seu conteúdo. A mensuração da atividade subsequente dependeria de como o uso da pós-exposição se prontificaria para refletir os materiais dos meios, se há ou não conversas sobre estes materiais com seus pares, ou se há reflexos desse material em outras atividades como no comportamento de compra, de consumo de informação, de influência religiosa, de visão de mundo, ou de mudanças de opinião e atitudes relacionadas a outros temas diversos.

Uma determinação operacionalizada por estudos conduzidos nesse sentido é o levantamento das hipóteses baseadas nos efeitos das combinações de gratificações procuradas. Sob este aspecto, tal referencial teórico pode fornecer discriminadores mais refinados para análise dos efeitos dos meios como demonstra Blumler (1979), ao explorar hipoteticamente os efeitos dos meios a partir de algumas orientações motivacionais recolhidas a partir de alguns estudos referenciados. A ideia exposta por Blumler revela como o consumo motivado poderia ou não ampliar os possíveis efeitos nos membros da audiência.

A situação social pode produzir tensões e conflitos onde eventualmente o indivíduo pode aliviá-los através do usos dos meios, ou criar a consciência de um problema que demanda atenção e que os meios podem tratar, ou ainda empobrecer oportunidades reais de satisfazer certas necessidades e os meios podem servir como substitutos de tais satisfações, bem como fornecer um número razoável de experiências convenientes ao contexto social do indivíduo (ver Katz, Blumler & Gurevitch, 1974:27).

Logo no início, as tentativas de fornecer uma estrutura teórica genérica a respeito dos antecedentes que influenciam os padrões de audiência partiram do exame específico de algumas variáveis como o gênero (feminino, masculino), a idade e a classe social. Em seguida, percebeu-se que diversas outras circunstâncias sociais, como a interação ligasse sistematicamente as gratificações às origens sociais e psicológicas. Tal constatação se deu porque não foi possível extrair das investigações já desenvolvidas, as referências de como os fatores sociais se relacionavam com o desenvolvimento das necessidades resultantes da utilização dos meios.

Reconhece-se que uma motivação oriunda da utilização dos meios de comunicação não originaria numa única variável – classe social, idade, escolaridade, isolamento social e experiência profissional – devendo esses elementos ser trabalhados de modo integrado.

As audiências são um objeto repleto de nuances, particularidades, tornando-se complexo na medida em que os media alteram e os indivíduos mudam a maneira de usar o meio e de estar no

meio. Uma das questões recorrentes nas discussões que temos sobre audiência é, efetivamente, a sua fragmentação (McQuail, 1995).

Essas mudanças são avaliadas por alguns autores, ao nos referirmos à passagem de um modelo de comunicação de massas para um modelo personalizado, “voltado” para as características mais peculiares do sujeito de comunicação (McQuail, 2000; Wilson, 2004), enquanto que outros autores explicam as transformações por que passam as audiências dos media, em função de um conjunto de alterações vastas que resultam da emergência de novos modelos sociais que decorrem do aumento quantitativo e qualitativo do volume de informação em circulação (Ross & Nightingale, 2003).

A forma como os sujeitos se apropriam de cada novo dispositivo tecnológico e os processos através dos quais usam e partilham a tecnologia configura novas formas de mediação e posicionamento relativo do sujeito face à tecnologia. Assim, o sujeito já não seria um mero consumidor, mas sim um utilizador (Wilson, 2004) ou participante (Ross & Nightingale, 2003) com palavra activa na modelação da tecnologia e dos discursos que lhe estão subjacentes.

A nossa definição de tecnologia compreende a soma de um dispositivo, das suas aplicações, contextos sociais de uso e arranjos sociais e organizacionais que se constituem em seu torno (Livingstone & Lievrouw, 2002). Assim, a compreensão da relação que se estabelece entre um ou vários sujeitos e o discurso produzido através de um media é uma parte essencial da própria natureza destas tecnologias, na medida em que permite explicar os seus próprios processos de constituição (Damásio, 2005:3).

Partindo dessa ótica, neste trabalho, a evolução da tecnologia da informação e comunicação resulta de um processo de evolução do sujeito, do indivíduo que encontrou nesses espaços uma maneira eficaz de produzir conteúdo, seja ele de que género for, não deixando de fora o aspecto que se volta ao sagrado, tema esse que vamos explorar mais adiante. Como a religião, especificamente o Candomblé e a Umbanda se apropriam das redes sociais, com ênfase no *Facebook*? Quais são os conteúdos propagados? O que os usuários compartilham, comentam? Há uma diferença entre estar no espaço físico e estar on-line? Qual é o perfil de público presente no *Facebook*? Há uma repercussão das informações nas páginas pessoais? Há um fortalecimento de laços com a própria comunidade? Ou com comunidades no estrangeiro? E de que maneira se dá o processo? O discurso adotado nesses espaços se caracteriza como contra-hegemônico? E quais são os indicativos para isso?

Dito dessa maneira, vamos averiguar como o estudo das audiências decorre de um contexto de transformação e evolução tecnológica, se se deve privilegiar a importância e o grau de determinismo que a tecnologia tem sobre a modelação dos padrões de comportamento dos grupos e indivíduos que compõem essas audiências, ou se, pelo contrário, se deve atentar mais na forma como cada sujeito ou grupo de indivíduos, ao apropriar-se e utilizar uma nova tecnologia, reconfigura atra-

vés desse uso a lógica de organização e estratificação subjacente à própria noção de segmentação de um público em grupos denominados “audiências” (Damásio, 2005:3)

Desenvolvimentos atuais na abordagem ao estudo de audiências (Livingstone, 2005, Bird, 2003) defendem uma compreensão mais lata do conceito de audiências, separando-o de uma determinada noção que mistura audiências e público em termos de exposição aos media. As novas correntes do estudo de audiências caminham para enquadrá-las em contínuas exposições aos media de carácter cotidiano, não operando uma separação temporal entre a altura em que se está a experimentar determinado media e quando não se está.

O conceito base que aqui prevalece é o de uma tendência crescente de presumir que vivemos num mundo saturado pelos media onde a experiência particular de cada indivíduo não deve ser separada das restantes, porque estas estão relacionadas umas com as outras. Se a experiência com os media é algo contínuo, as próprias audiências são também contínuas, podendo afirmar-se que as mesmas estão em todo o lado e em lado nenhum.

Sendo assim, compreendemos que a análise dos modos de consumo e uso das tecnologias, e consequentemente das audiências é a análise de um processo em evolução onde a tecnologia e o usuário são polos que se interconectam, peças que encaixam num quebra-cabeças, numa relação constituída e fortalecida como vias conflituosas e complementares, alterando a maneira como as audiências foram vistas no passado.

Estas mudanças passariam pelo assumir de um posicionamento muito mais activo e exploratório do sujeito durante a fase de exposição ao evento e pela integração da variável “manipulação lúdica” como principal elemento distintivo da forma como o sujeito interage com conteúdos informativos mediatizados através de canais comunicacionais distintos – tradicionais ou “novos media” (Wilson, 2004).

Transformações essas que à medida em que os media se tornam composições mais consistentes em termos de aparatos tecnológicos, aos quais se acresce as relações individuais através do uso, tendem a ser mais elaboradas. Assim, o sujeito está permanentemente em busca de novidades, das atualizações que estarão disponíveis na enorme oferta de mercado com intuito de deixá-lo imerso na internet, “oferecendo-lhe” ferramentas de controle maior do tempo.

Ao que nos parece, com a chegada da internet, a recepção não síncrona foi levada a meios onde antes não era possível – nem desejada – pelo emissor da mensagem. Ou seja, há agora condições para que a dispersão temporal da recepção de uma mesma mensagem mediática seja muito mais acentuada do que antes. Isto origina, do lado dos media, uma diminuição das possibilidades de controlo sobre o tempo e as circunstâncias de recepção e, pelo menos aparentemente, retira-lhes algum poder.

Damos como exemplo o seguinte: quando um produto mediático é consumido online de um

modo não síncrono, automaticamente se dá uma perda real do seu caráter coletivo, o que coloca maior ênfase no consumo individual e personalizado. Tal acontece mesmo se existir um esforço por parte do emissor em orientar no seu website as mensagens que considera prioritárias ou de evidenciar as mais recentes. Tais aspectos levantam novas interrogações ao conceito de audiência, cuja definição pode conhecer maior variedade de “formas diferentes e sobrepostas” (McQuail, 2003, p. 364), levando-nos a falar das audiências, no plural, e não apenas da audiência.

Pensando nessa observação de McQuail quanto à não exclusividade assumida pelo conceito de audiência, apresentamos a tabela 1. Restringimo-nos ao caso dos media – o que é mais relevante para o nosso debate, tentando caracterizar melhor o nosso objeto de estudo. A par do conjunto de características definidoras de audiência avançadas por McQuail (2003, p. 364), juntamos outras quatro que resultam da migração dos media para um ambiente digital: grau de participação/interatividade; sincronismo; praticidade e conectividade.

Combinando audiência e media de massa, surge o termo “audiência de massa”, compreendida como um grupo numeroso de pessoas, de característica heterogênea, dispersa, desorganizada e que não inclui relações interpessoais entre os membros (Oliveira, 2015).

Essa definição, referida anteriormente, deixa claro o caráter coletivo da audiência em massa, referindo-se a um grupo de pessoas que recebe uma mensagem pública, com capacidade de influência direta ou indireta nos receptores (Portela, 2019). No entanto, esse conceito é bastante limitado e ignora a natureza e diferentes aspectos, tal como expõe McQuail (2003, p. 364), ao expressar que “o termo audiência tem um caráter abstrato e questionável e a realidade a que se refere é também diversa e constantemente em mudança”.

A complexidade é facilmente visualizada ao analisar a audiência de espetáculo de teatro, em que o grupo de pessoas é facilmente caracterizado; mas, se esta análise for transferida para receptores dos conteúdos, as pessoas não podem ser observadas e os eventos que estimulam e afetam o consumo, dificilmente poderão ser descritos. Essa comparação reflete as principais diferenças entre audiência de espetáculos tradicionais e audiência de meios de massas modernos (Portela, 2019).

“A amplitude do termo audiência confirma a dificuldade de se elaborar uma definição clara e permite compreender que as audiências são, muitas vezes, formadas com base na semelhança das necessidades, interesses e gostos individuais” ajudando a individualizar o processo (McQuail, 2003, p. 393, *grifo nosso*).

Para Anthony Giddens (1991, p. 5), não há dúvidas quanto à importância do papel dos media na relação de mútua influência entre os indivíduos e os contextos sociais, enfatizando o seguinte: “com o desenvolvimento da comunicação de massas, a interpenetração do desenvolvimento pessoal e dos sistemas sociais... tornou-se ainda mais pronunciada”. Compartilhando a mesma ideia, Jensen (2002b, p. 138) pressupõe a existência de “um intercâmbio entre a audiência e o meio, o que

tem implicações nas ações dos membros da audiência em outros contextos sociais”. Assim, para o autor, os comportamentos dos indivíduos em grupo deixam transparecer, ao menos de um modo indireto, as apropriações que fazem das mensagens mediáticas.

Consideramos ainda, para além disso, que o cenário do mercado onde atuam os meios de comunicação implica a atuação da lógica da oferta e da procura na relação media/audiências. As escolhas individuais dos conteúdos mediáticos são reunidas em audiências, não só, como vimos, pela partilha de necessidades, interesses, gostos e contextos socioculturais específicos, mas respondem naturalmente – e influenciam – o conjunto de opções que lhe são fornecidas pelas empresas de comunicação, geralmente vergadas ao imperativo da maximização de lucros publicitários por via da maximização de audiências (Ang, 1991, pp. 27-28). Quer isto dizer que o recetor faz as suas escolhas condicionado não só pelo seu ADN sociocultural, mas também pelo cardápio mediático que lhe é apresentado. Ou, como nos diz McQuail (2003, p. 364), “as audiências são, ao mesmo tempo, produto do contexto social (que leva a interesses culturais partilhados, necessidades de compreensão e de informação) e resposta a um padrão particular de provisão dos media”.

Compreendidas como produtos do contexto social, as audiências trazem consigo fragmentações. Sobre essa questão, McQuail (2003, p. 414) equaciona que “com a fragmentação das audiências e a individualização do uso, vem um declínio na força das ligações que unem as pessoas ao meio escolhido e uma perda de sentido de identidade por parte da audiência”. Ou seja, o autor nos traz a hipótese de estarmos progressivamente a caminhar para o fim das audiências enquanto massas, enquanto grupos sociais significativos, com interesses, gostos e modos de vida partilhados. Isto porque o cúmulo da fragmentação é a sua própria desintegração (McQuail, 1997).

Caminhando por essa mesma linha, Sonia Livingstone destaca a qualidade das audiências, ao perceber e explicitar, da sua parte, uma maior autonomia e poder:

as audiências e os utilizadores dos novos meios são cada vez mais ativos – seletivos, auto-orientados, produtores de textos, bem como receptores. E são incrementalmente plurais, quer se conceptualize plural como múltiplo, diverso, fragmentado ou individualizado. Daí que os termos-chave dos estudos de audiência sejam mais significativos, e não menos, no contexto dos novos media – escolha, seleção, gosto, admiração entusiástica, intertextualidade, interatividade. (Livingstone, 2004, p. 79)

Além disso, a autora destaca: “as audiências e os utilizadores dos novos meios são cada vez mais ativos – seletivos, auto-orientados, produtores de textos, bem como receptores” (Livingstone, 2004, p.79).

As alterações da audiência apontadas por Livingstone (2004) deram o norte para os novos percursos dos estudos sobre as audiências, levando ainda em consideração os efeitos da globalização, sendo perceptível o quanto as tecnologias contribuíram para um mundo mais interligado. Estas mudanças influenciaram as formas de comunicação e interação e os novos media modificaram a

nossa existência (Silverstone, 2002).

As mudanças no campo comunicacional, bem como noutros domínios, trouxeram especificidades. Aqui, neste trabalho, são apontadas numa ótica de três tradições distintas, segundo McQuail (2003, p. 370), nomeadamente as do tipo estrutural, comportamental e sociocultural. A primeira delas, surge como resposta às necessidades da indústria dos media, interessada em perceber a dimensão, amplitude e abrangência das suas audiências, de modo a poder atribuir um valor económico à oferta de espaço publicitário e a calcular a quantia a pagar pelos anunciantes. Neste caso, os sistemas mediáticos e sociais são entendidos como sendo fundamentais na formação de audiências, muito mais do que a autonomia individual ou os conteúdos e natureza das mensagens.

Nos estudos do tipo comportamental, visam conhecer o impacto das mensagens mediáticas nos receptores, passivos, considerados assim, muitas vezes, indefesos perante os danos causados ou impotentes perante o seu poder. Mas também – nos casos em que a audiência é vista como tendo autonomia, motivação e liberdade tais que lhe permita ser ativa nos processos de seleção de conteúdos – perceber quais os critérios que estão na origem das suas escolhas e dos usos que faz dos media. A ênfase é, então, colocada num conjunto de fatores que valorizam essencialmente as necessidades e motivações de cada indivíduo nas suas circunstâncias específicas que, em última análise, determinam as suas escolhas.

Finalmente, os estudos do tipo sociocultural procuram enquadrar as audiências num vasto contexto que molda as suas opções mediáticas – conscientes e não-conscientes – e que influencia a descodificação e apropriação individuais dos textos, assim esvaziados de um carácter autoritário dos comportamentos dos receptores. Desse modo, a construção de significados por parte das audiências toma a oferta de textos mediáticos como ponto de partida, mas radicaliza a sua interpretação de um modo especial no complexo enquadramento cultural envolvente do indivíduo, que desse modo apreende as mensagens, lhes dá sentido e as aplica na construção do próprio quotidiano.

A complexidade da audiência, ao fazermos uma ligação mais direta com a religião, tem a ver com a ubiquidade (aspecto que exploraremos melhor na nossa análise de resultados), ou seja, a capacidade quase divina, chamemos assim, dos media e dos usos de estarem ao mesmo tempo em vários lugares ao mesmo tempo. A pesquisa sobre os media no nosso dia a dia implica considerarmos o consumo como *crossmedia*, termo que remete para a combinação de utilizações que os indivíduos fazem entre as diversas plataformas de media atualmente disponíveis: televisão (cabo e rede), jornal, rádio, notícias online (no computador ou nos dispositivos móveis), redes sociais, etc. (Lee & Yang, 2014). De facto, cada vez mais, os utilizadores dos media escolhem os seus próprios caminhos na paisagem mediática e seguem as notícias em diferentes plataformas (Swart *et al.*, 2016).

Hoje, em grande medida, a pesquisa de audiências acaba por ser *crossmedia*²⁹. É também inegável, que a internet e os meios digitais vieram complexificar e mudar estes padrões *crossmedia* (Schröder, 2015b; Courtois et al., 2015). Deuze (2014) nos alerta para o desaparecimento de usos concretos devido à convergência e à portabilidade e, nessa medida, chama a atenção para a invisibilidade dos media enquanto infraestruturas das interações diárias, o que, simultaneamente, nos faz tomar consciência da sua proeminência.

Peters (2016) nos indica que se passou de um consumo *mass media* para um consumo moldado pelas práticas digitais, marcado por diversas possibilidades de utilização e, grifo nosso, de individualização. As novas formas de media comportam também outras possibilidades participativas, tornando muitas vezes ténue a linha divisória entre a produção e o consumo (Nielsen & Schröder, 2014), transformando assim práticas de consumo passivo em novas formas de ‘cultura participativa’ (Jenkins, 2006).

Diante do que dissemos anteriormente, quanto ao desenvolvimento e disseminação das tecnologias dos media digitais, traremos, no capítulo a seguir, a nossa metodologia com ênfase na netnografia, numa perspectiva do aumento da participação e interação no *Facebook*, dos ciber-fiéis candomblecistas e umbandistas, em Portugal.

²⁹ O projeto “Cross-media news repertoires as democratic resources”, em curso desde 2013, visa compreender o modo como uma seleção de indivíduos de 13 países (Alemanha, Bélgica – região da Flandres, Bélgica – região da Valónia, Canadá, Croácia, Dinamarca, Espanha, Holanda, Israel, Polónia, Portugal, Finlândia, Estónia e Nova Zelândia) constroem repertórios mediáticos e de que forma estes se relacionam com práticas de participação e envolvimento democrático (Kobbernagel & Schröder, 2016; Swart et al., 2016).

3. METODOLOGIA

“Ide por todo o mundo, pregai o evangelho a toda criatura”.
Marcos 16:15

3.1 A metodologia proposta: Netnografia de uma identidade coletiva nos terreiros de Portugal

A citação de abertura deste capítulo, nos revela a grandeza e conseqüentemente, a complexidade da religião, fenómeno que escolhemos trabalhar. É também através da frase, que conseguimos pistas para a efetividade da mensagem, que agora, passa pela criação e propagação do conteúdo nos espaços on-line.

Diante disso, defendemos que para questões qualitativas complexas como a vivência religiosa, a etnografia parece ser um método de pesquisa apropriado para explorar estilos de vida, rotinas diárias, diálogos, interações e as crenças dos atores envolvidos. Portanto, a grande questão que surge nesta pesquisa – que pretende entender a atuação dos terreiros de Candomblé e Umbanda, na web, em Portugal e as relações que esta promove entre os ciber-fiéis e a sociedade de consumo – é como monitorizar uma comunidade que atua on-line. Urge responder a esta questão, principalmente quando olhamos para um tempo atípico, como o da pandemia. Como conduzir uma participação observante no “ciberespaço”, no espaço virtual e não físico da internet? Onde é que o campo começa e onde termina? O que é que “estar lá”, observando, analisando e fazendo inferências significa no contexto religioso on-line? Como é que uma análise etnográfica contribui para uma identidade coletiva?

Inicialmente, a nossa ideia era visitar mais os terreiros e deixar que os participantes, juntamente com os curiosos, e os líderes religiosos expressassem suas vozes. Com o avançar da nossa pesquisa, e com a pandemia (que tinha no **isolamento** uma das peças chaves para conter a propagação do vírus), percebemos o quanto seria importante trazer a netnografia para dentro da nossa tese, na tentativa de agirmos de acordo com os protocolos das autoridades de saúde, e associar uma ligação mais estreita com o campo comunicacional, além de tentar contribuir, nem que seja de forma incipiente para o fenómeno religioso nas páginas do *Facebook*. A categoria “organização religiosa” vista na plataforma também serviu para escolhermos fazer uma análise por ela, na medida em que categoriza as religiões - podendo pensar-se que uma especificidade tecnológica pode contribuir para legitimação dessas religiões que se assumem como “organizações religiosas”. À medida que a tese foi ganhando robustez, percebemos, que para além de aspectos sociológicos, antropológicos, a fu-

são das metodologias, articuladas em torno dos processos comunicacionais em jogo, deixa-nos tocar e desafiar pela complexidade do caso em gênese (cf. GOMES, 2010). Como aponta Ferreira (2010a, p. 51), “é válido apropriar-se de reflexões de método em vários campos científicos, das ciências da natureza às ciências sociais, sem que isso tenha como derivada necessária a adoção do objeto e problemas das investigações das vizinhanças”.

A primeira coisa que temos em mente na nossa proposta metodológica é a necessidade de se proceder a algumas “adaptações” no método. A primeira delas reside na adaptação da etnografia para o “mundo virtual” da internet e para a exploração de comunidades on-line, como sugerido por alguns teóricos que trabalham a etnografia no ciberespaço. Entre eles, temos Kozinets (1997, 2010), com a netnografia, Hine (2000), com a etnografia virtual, Sumiala (2013), com a media e ritual, Strubing (2004), com a webnografia e Sbardelotto (2016), com a análise da circulação do “católico” em redes comunicacionais on-line. Os cinco apresentam-nos perspectivas metodológicas bem próximas e que trazem à tona vantagens e desvantagens para uma descrição holística de estilos de vida e práticas diárias dos atores sociais que interagem (e vivem sua religiosidade) nos espaços das comunidades on-line.

Quando olhamos um pouquinho para trás, no fim dos anos 1990 foi também o período em que o professor de marketing canadiano, Robert Kozinets, criou o conceito metodológico netnografia, um neologismo com as palavras net (rede) e etnografia (KOZINETS, 1997). Segundo Kozinets, o método permite aos pesquisadores observarem e analisarem conversas e discursos assíncronos e síncronos na internet de modo não invasivo (KOZINETS, 2010). Embora isto possa ser verdade para conversas isoladas em bate-papos e fóruns on-line, que é o domínio da análise de texto, a abordagem netnográfica suscita questões éticas e epistemológicas, que serão discutidas adiante.

O ponto de viragem e a mudança de paradigma neste tipo da pesquisa etnográfica de internet vieram com o influente e frequentemente citado livro *Virtual Ethnography* da socióloga britânica Christine Hine (HINE, 2000). O seu estudo de etnografia virtual incide sobre a compaixão de usuários da internet para com Louise Woodward, cidadã britânica que morava e trabalhava como *au pair* em casa de uma família nos Estados Unidos, acusada de assassinato e julgada em 1997. Nesse contexto, muitos usuários de internet criaram sites a favor ou contra a adolescente. No fim da sua pesquisa exclusivamente on-line, Hine chegou à seguinte conclusão: “É possível para um etnógrafo sentado em um escritório [...] explorar os espaços sociais da internet”. O que é mais importante, contudo, é que a autora reconhece a limitação da pesquisa exclusivamente on-line em “espaços virtuais”: “A etnografia virtual é necessariamente parcial. Uma descrição holística de qualquer informante, posição ou cultura é irrealizável.” (tradução nossa).

Hine, uma das primeiras pesquisadoras que se dedicaram a analisar as interações sociais em comunidades virtuais, problematizando a utilização do método etnográfico nesses ambientes, opta

pelo termo “etnografia virtual”. Neste livro lançado em 2000, Hine propõe o entendimento da internet sob dois vieses: enquanto cultura por um lado e enquanto artefato cultural por outro lado, cada um tendo as suas vantagens e desvantagens analíticas e podendo as duas perspectivas estarem conectadas ou não. A primeira perspectiva é aquela segundo a qual a internet “representa um lugar, um ciberespaço, onde a cultura é constituída e reconstituída” (HINE, 2000, p.9).

A autora assegura que a internet, (2000 p.12) existe tanto como um objeto cultural quanto uma forma prática de fazer as coisas que queremos fazer. Este objeto cultural tem vindo a ser reconhecido como estável ao longo da última década, embora as potencialidades de interação com o mesmo tenham mudado. Uma das alterações a registar, neste âmbito, é a noção da internet como um lugar onde as pessoas comuns podem "dar a sua opinião." Nos últimos anos, tornou-se cada vez mais fácil às pessoas fazerem ‘upload’ do seu próprio conteúdo e tornarem-se parte ativa do ambiente da web, com a proliferação de sites de redes sociais, fóruns de discussão, classificação e sites de revisão e blogs. Capturado na popular frase "Web 2.0" (O’Reilly 2005), a ideia de uma segunda onda de desenvolvimento da Internet com foco na participação tem influenciado a caracterização de um conjunto de mudanças de expectativas sobre a relação entre usuários comuns e a internet. Sociologicamente falando, este desenvolvimento é particularmente interessante porque oferece o potencial para remodelar radicalmente as relações de especialização, posicionando pessoas como especialistas (Eysenbach 2008a, 2008b) e marginalizando sites tradicionais de autoridade, exatamente por reconhecer que no sistema capitalista de configuração global, a ciência se constrói a reboque da tecnologia (Novello, 2009, s/p).

Neste contexto, questões sobre o consumo, religião e os espaços on-line tem também ganho fôlego nos últimos anos, em virtude do constante interesse comunitário/religioso em participar do que o ambiente digital proporciona, ou seja, o fazer parte dele só não basta; é preciso contribuir para produção e disseminação de conteúdo. Depararmo-nos então com o interesse acadêmico por um fenómeno recente e repleto de diferentes nuances a serem exploradas.

A ideia inicial da nossa abordagem metodológica, antes de analisarmos a atuação dos grupos na internet, foi estabelecer um elo entre uma revisão metodológica, com vivência etnográfica feita nos terreiros de Portugal durante o início da pesquisa (nos anos de 2018 e 2019). Ou seja, a análise dos terreiros está fincada numa etnografia on-line e offline, o que inclui a observação on-line e offline dos ciber-líderes religiosos e dos ciber-fiéis (também quando estes estão participando nos templos físicos). A ideia foi a de conseguir coletar elementos que provesses *insights* sobre o ambiente vivo e as práticas socioculturais dos agentes religiosos umbandistas, na tentativa de encontrar ligações com o uso da tecnologia e o consumo contemporâneo. Assim, o conhecimento etnológico sobre o processo relacional dos terreiros com a identidade e, subsequentemente, a exposição em rede, remeteriam, na nossa perspectiva, para as derivações de uma sociedade de consumo mediatizada.

A nossa primeira preocupação foi delimitar o nosso campo de observação. Em termos de visita aos locais de culto, onde se vive a religião fisicamente, definimos algumas cidades mais próximas de Lisboa, como Sintra, Almada e, um pouco mais distante, Aveiro. Isso fez com que considerássemos numa extensão para uma comunidade online, igualmente, a importância de desenhar um recorte de atuação. Onde é que este realmente começa e onde termina? Qual é o campo? No caso específico dos terreiros escolhidos para serem analisados no on-line, corresponderá esse campo a uma homepage, com seus muitos links e subpáginas? São as páginas oficiais dos terreiros nas redes sociais (como o *Facebook*, o *Twitter*, o *Whatsapp*) ou também aquelas que são produzidas pelos ciberfiéis? Nosso principal problema metodológico foi assim o de saber como definir o campo de pesquisa onde poderíamos interagir e observar os atores religiosos.

Nosso olhar metodológico de “*lurking*” – definido mais abaixo – foi direcionado aos fluxos e processos comunicacionais dos ciber-fiéis, coletando, analisando, descrevendo rastros, marcas, indícios digitais. Visámos compreender o fenómeno comunicacional mais abrangente como problemática de investigação através de uma netnografia de como os terreiros ocupam os espaços digitais para propagar a mensagem do sagrado em rede. Devido a esse tipo de análise, mantivemos a configuração dos textos construídos pelos usuários, para resguardar a fidelidade no registo da plataforma comunicacional utilizada.

Ao apropriar-nos do “*lurking*”, procurámos observar especificamente ações comunicacionais, entendendo que a lógica inerente à busca é a ação (Rothenbuhler, 2009; Pace, 2013; Couldry, 2012). Nesse processo, o nosso olhar/escuta também visa entender o que faz a circulação e o que a circulação faz emergir e, a partir dessa emergência, refletir sobre o desdobramento do processo comunicacional, religioso, social. Observamos as ações dos usuários, sem interferir com comentários. Embora, algumas vezes tenham surgido algumas curtidas relacionadas ao conteúdo disponibilizado.

Este, por sua vez, encontra “facilidade” de disseminação pela popularização dos equipamentos, o baixo custo para aceder à internet, a praticidade de ter na palma da mão uma mensagem sem necessitar de se deslocar quilômetros até um terreiro para presenciar o ritual. Essas foram algumas práticas que se tornaram mais populares e que foram adotadas durante a pandemia, com fôlego suficiente para continuar existindo nos dias que se seguem. Nas interfaces das plataformas, nas modalidades de conexões entre usuários, nos conteúdos que circulam nas redes – e aqui, colocamos, textos, imagens e vídeos –, é possível encontrar inúmeras pegadas dos caminhos percorridos pelos usuários. Vimos inúmeros sintomas, rastros, indícios, signos da circulação de sentidos e práticas religiosas, que apontam para regularidades inesperadas e também para ruptura de regularidades esperadas (cf. NUBIOLA, 2009).

Há que ter em consideração que os internautas deixam “marcas” nos espaços on-line, dados visíveis, que nos revelam interações entre as instituições e a sociedade, ou entre fiéis, ou ainda, en-

tre fiéis e curiosos, ou estudiosos sobre o tema: “Comunicar (especialmente em âmbito digital) é deixar rastro. (...) não podemos não deixar rastros” (BRUNO, 2012, p. 5-6). Nesse junção de rastros, “é como se os trabalhos íntimos dos mundos privados tivessem sido escancarados, porque seus *inputs e outputs* se tornaram completamente rastreáveis” (LATOURE, 2007, s/p apud SBARDELOTTO, 2016, p. 51).

Os rastros são colocados aqui como indícios, sintomas, a partir dos quais é possível inferir os atos interacionais para a construção de sentido e para a prática religiosa, o contexto e as condições de sua ocorrência, os valores e símbolos em jogo, como uma manifestação empírica de um “coagulum de sentidos” (DUPORT apud MORIN, 1999, p. 190). Rastros que nos levarão às interações e práticas como constituintes de um desafio central ao analisar a sua “simultaneidade dinâmica” (MCLUHAN, 1972, p. 161).

Seguindo os rastros, foi possível perceber, em duas placas, dois níveis de organização: o primeiro dizia respeito à presença nas redes dos *Babás e Yás* (pais e mães de santo), as lideranças mais elevadas na hierarquia da casa, em Portugal e o segundo consistia na tentativa de classificar os usuários, os seus comentários nos *posts*, e o conteúdo que compartilhavam. Cientes de que as duas vertentes podem naturalmente ser problemáticas, partilhamos das opiniões de Braga (2006) e Yin (2001), quando os autores apontam para um *estudo de casos múltiplos*. Constitui este um “estudo que investiga um fenómeno contemporâneo (como a religião nos espaços on-line), dentro do contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenómeno e o contexto não estão claramente definidos” (YIN, 2001, p. 32).

No cerne da questão, trazemos a concepção de sistema e de rede (MORIN, 2008; CAPRA, 2006). Se um sistema é uma “unidade global organizada de inter-relações entre elementos, ações ou indivíduos” (MORIN, 2008, p.132), por sua vez, cada elemento, ação ou indivíduo, “quando amplificado, aparece, ele mesmo, como uma rede”, mostrando o universo como “redes dentro de redes” (CAPRA, 2006, p. 44-45), o que nos leva a propor a rede como uma estrutura flexível do sistema em que tecnologia e indivíduo participam ativamente da constante transformação do próprio meio.

Assim, qualquer análise dos modos de consumo e uso das tecnologias e, conseqüentemente, das audiências que tais modos informam, consiste, antes de mais, na análise de um processo evolutivo onde tecnologia e indivíduos não são pólos que se sobrepõem, mas antes partes integrantes de uma mesma dinâmica (Damásio, 2005, p. 2).

Tendo a clareza de que esses processos não são termináveis, por estarem a todo o momento a se constituir e reconstituir, “nunca acabamos chegando a alguma coisa; sempre lidamos com interconexões” (CAPRA, 2006, p.41). Ao nos referirmos a processos sistêmicos complexos, cujas pro-

priedades dizem respeito ao todo para Sbardelotto (2016, p. 55), em termos metodológicos este processo consiste numa mudança dos “objetos” para as relações sistémicas em rede. Isto significa que o “objeto”, na verdade, é uma rede de relações inseridas em relações mais amplas, nas quais o “sujeito” observador também está inserido.

Diante das leituras, releituras, feitas e refeitas de um processo inacabado como o é o das redes sociais e dos conteúdos disponibilizados nas plataformas, encontramos um elo para associar o nosso objeto de estudo à teoria das placas tectónicas. Os estudos geográficos que mostram os movimentos discretos entre uma placa e outra alteram o formato do relevo. Ao fazer uma apologia do nosso objeto, as mudanças trazidas pela movimentação das placas definem as diretrizes, os caminhos e os direcionamentos pelos quais a religião, ao longo do processo histórico, passará, principalmente, quando falamos da inserção do sagrado no meio tecnológico.

3.2 A netnografia e a teoria das placas tectónicas

Doing ethnography is like trying to read (in the sense of “construct area doing of”) a manuscript—foreign, faded, full of ellipses, incoherencies, suspicious emendations, and tendentious commentaries, but written not in conventionalized graphs of sound but in transient examples of shaped behaviour. (Geertz 1973: 10)

Temos a clareza, diante desse cenário proposto, dos desafios netnográficos, em um ambiente que se faz e refaz diariamente. De um ambiente em que o usuário encontra espaço para expressar-se, como em “poucos” lugares fora dali, sendo o on-line entendido como uma plataforma que gera e propaga informação o tempo inteiro, 24h por dia, os 365 dias do ano. É um mercado que não dorme, nem sequer, cochila, fazendo com que o internauta busque constantemente caminhos para produzir significado, nem que seja por uma curta apenas. Quando propusemos estudar o campo em Portugal, foi devido ao seu crescimento, constante se compararmos com a União Europeia e outros países, como nos mostram dados de um Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias (INE, 2019), segundo os quais os utilizadores da internet em Portugal, continuam a aumentar, mas mantêm o distanciamento em relação à média da UE. Porém 4/5 participam em redes sociais, mais do que a média europeia (2/3). A pesquisa ainda revela que a proporção de internautas residentes que participou em redes sociais (80,2% em 2019) mantém a tendência de crescimento verificada desde o início da série (mais 23,2 pontos percentuais do que em 2011), e continua a ser superior ao registrado na UE-28 (65% em 2018). A pesquisa também traz a informação de que em 2019, 76,2% da população residente em Portugal, utiliza a internet, sobretudo estudantes (99,6%) e pessoas que completaram o ensino secundário (96,9%) e superior (98,7%). Outro dado que regista crescimento também é o acesso à internet em mobilidade (fora de casa e do local

de trabalho e em equipamentos portáteis), que obtém, para Portugal, níveis idênticos à média europeia desde 2016, mantendo uma forte tendência em alta em 2019 (84,1%, ou seja, mais 3,2% do que no ano anterior).

Atendendo ao facto de a pandemia ter conduzido a um aumento da Internet desde 2020, aos níveis quer da educação, quer do teletrabalho, é provável que estes dados tenham aumentado significativamente desde a altura de realização do inquérito do INE, em 2019, como o demonstra o capítulo subordinado à utilização da internet, publicado pelo Eurobarómetro do Parlamento Europeu em 2020 (Comissão Europeia, 2020), apesar deste também apontar para uma acentuada divisão digital em Portugal entre ‘ricos’ e ‘pobres’.

Nesta perspetiva que temos vindo a discutir, a internet é “normalmente compreendida enquanto espaço distinto do offline” e os estudos que seguem essa perspetiva costumam focar “o contexto cultural dos fenómenos que ocorrem nas comunidades e/ou mundos virtuais” (FRAGOSO, RECUERO e AMARAL, 2011, p.41).

Já a segunda perspetiva que realça a internet como artefato cultural, conceito que Hine apropria de Woolgar (1996), a vê como “um produto da cultura: uma tecnologia que foi produzida por pessoas particulares com objetivos e prioridades situadas contextualmente” (HINE, 2000, p. 9). Tal ótica “favorece a percepção da rede como um elemento da cultura e não como uma entidade à parte, em uma perspetiva que se diferencia da anterior (...) pela integração dos âmbitos on-line e offline” (FRAGOSO, RECUERO E AMARAL, 2011, p.42). Assim, é dada ênfase aos distintos usos e apropriações que os atores sociais fazem da internet, compreendendo-a como um artefato com significados culturais diversos.

Com base nisso, já no início do século XXI, várias disciplinas em suas bases metodológicas, incorporaram a visão de que pesquisas com motivação etnográfica sobre práticas culturais “na” e “através” da internet não podem ser conduzidas exclusivamente no computador e no “espaço virtual”, mas devem antes ser multilocais (MARCUS, 1995), incluindo assim o mundo offline. O cientista social Andreas Wittel, cujo domínio acadêmico é a pesquisa na internet desde o fim dos anos 1990, coloca a questão desta forma: “Problemáticas são as etnografias focadas principalmente no ciberespaço. Considero que a exclusão de mundos materiais provavelmente não revelará contexto e complexidade.” (WITTEL, 2000, tradução nossa). O autor também sugere o que pode ser feito para melhorar os problemas que surjam: “A pesquisa em espaços virtuais só pode então tornar-se campo virtual se a pesquisa for multilocal, multilocal em sentido estritamente físico: escolas, cibercafés, locais de trabalho e espaços domésticos” (tradução nossa). Ainda mais “radical”, o antropólogo Daniel Miller e o sociólogo Don Slater, que investigaram a especificidade do uso de internet em gru-

pos na Trindade e Tobago e o impacto dessa tecnologia naquelas sociedades, cunharam a frase: “Se quiser ir à internet, não comece nela.” (MILLER e SLATER, 2000, tradução nossa).

Antes de irmos diretamente à internet, trazemos então para o nosso debate, com intuito de tratar da relação entre rituais, media e comunidades, a obra de Sumiala (2013). O trabalho desta autora concentra-se na ritualização de morte pública – funerais, memoriais e rituais de luto – e como esses rituais são representados por e através dos media. A autora trabalha nos campos da antropologia dos media e dos estudos ritualísticos, procurando revitalizar a compreensão do ritual em relação à sociedade contemporânea. Como entende o ritual num contexto transnacional de mutação constante, Sumiala também se baseia no conceito de *Comunidades Imaginadas* de Benedict Anderson (1983), bem como em teorias sobre imaginários sociais de Jacques Lacan, Cornelius, Castoriadis, Arjun Appadurai, e Charles Taylor, investigando como os media constroem mundos imaginados, em particular, em torno de rituais mediatizados da morte. A autora reflete a mudança significativa de paradigma que ocorre no mundo, além do surgimento de comunidades on-line imaginárias fragmentadas cujos limites são porosos e constantemente alternáveis. Sumiala descreve o cenário atual dos media, com estas mutações constantes, como uma rede rizomática. As comunidades on-line emergiram como ricos terrenos de estudo da comunicação simbólica e ao trazermos para a nossa tese a utilização do on-line pelos grupos religiosos, vamos concretamente enquadrar este movimento da fé, atrelado às novas tecnologias, no âmbito da sociedade de consumo. Fazemos isso com o propósito de refletir sobre os procedimentos de sobrevivência adotados por esse movimento, as suas demandas dos tempos presentes, e como visualizamos esta movimentação – semelhante à das placas tectônicas³⁰ que está constantemente alterando o relevo do planeta –, neste nosso caso, a alterar constantemente a forma da produção religiosa no on-line e offline. Tal movimento é discreto, mas deixa-se notar pelo conteúdo produzido e pela “familiaridade” com que usa as plataformas digitais. Vale aqui fazer uma ressalva: a descrição das alterações resultantes destes vários pedaços da crosta resulta em grandes fenômenos geológicos, como a separação dos continentes, por exemplo. Ao estabelecermos uma relação direta com a tecnologia, podemos, de imediato, não enxergar profundas mudanças, mas se olharmos adiante, com um esforço de visualização mais apurado, notaremos, com clareza, os concretos impactos da comunicação que foi alterada e que, diariamente, se faz presente, através das redes sociais, na vida de todos nós, nomeadamente através do uso que fazemos dessas media, mediante as interações.

³⁰ As placas tectônicas representam as diferentes partes da crosta terrestre e estão sempre em movimento, causando alterações nas formas de relevo do planeta. A palavra tectônica vem de *tektoniké*, expressão grega que significa a arte de construir. A crosta terrestre equivale à camada superior da Terra, constituída por rochas no estado sólido. As camadas inferiores, com exceção do núcleo interior, que também é sólido, apresentam-se uma textura líquida. A crosta terrestre é fraturada em vários pedaços, ao longo da extensão é por isso que chamamos de placas tectônicas. A teoria que deu origem ao conceito, remete ao século XX, com um alemão chamado Alfred Wegener, a partir de evidências existentes na Dorsal Mesoceânica, no Pacífico. Informações em: <https://mundoeducacao.uol.com.br/geografia/placas-tectonicas.htm> acesso: 26 out.2020.

Os primeiros trabalhos que se voltaram para o estudo de interações sociais na internet tinham um forte viés etnográfico. Autores como Evans apontam que: “as primeiras etnografias reconhecíveis de mundos virtuais foram conduzidas por Michael Rosenberg em 1992”, que realizou uma pesquisa etnográfica do WolfMOO2, e por John Masterton em 1994, “que conduziu uma etnografia do Ancient Anguish³” (EVANS, 2010, p. 11). Mitsuishi (2007), por sua vez, vai afirmar que o livro, *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*, da autoria de Sherry Turkle (1995), “consiste numa análise da relação subjetiva com e através dos computadores e da Internet, isto é, numa ampla investigação sobre a maneira com que as pessoas se apropriam destas tecnologias e dão sentido ao seu uso” (MITSUISHI, 2007, p.3). Esta é, efetivamente, uma das mais influentes obras etnográficas focadas na internet. Nesta obra, Turkle argumenta que se estaria a viver um momento histórico, na década de 90, em que as fronteiras entre o real e o virtual, entre o animado e o inanimado e entre o *self* unitário e múltiplo estariam a erodir, trazendo-nos “evidência de mudanças fundamentais no modo como criamos e experienciamos a identidade humana” (TURKLE, 1995, p. 10).

Aqui, cabe voltar a Sumiala (2013), quando reflete sobre a mudança significativa de paradigma que ocorre no mundo, com o surgimento de comunidades imaginárias on-line fragmentadas, cujos limites são porosos e constantemente alternáveis. A autora fala do ritual da morte, e que facilmente podemos adaptá-lo ao religioso, que consiste num ritual mediatizado dentro de uma paisagem em mudança, o que oferece para as áreas disciplinares da Comunicação, Sociologia, Antropologia e mesmo, as Ciências da Religião um vislumbre importante do nosso momento atual e fornece uma compreensão mais profunda de nós mesmo e das diversas comunidades imaginárias a que pertencemos.

Sumiala (2014) também fala do papel do ritual na mediatização da sociedade e da cultura através de três chaves de entendimento. A primeira defende que precisamos repensar o que os rituais são e fazem, ou não, na sociedade de hoje. Por outras palavras, nós podemos considerar as possibilidades e os limites desse conceito quando o trazemos para a análise da sociedade moderna. Quando a Antropologia e a Sociologia se interessam no ritual que emerge no século XIX, Grimes (2006, pp. 10 -13) explica que a ideia do ritual foi fortemente embutida na questão da origem: de onde vem o ritual? A principal fonte de inspiração neste momento foi à obra de William Robertson Smith, *The Religion of the Semites* (1889). Nesse quadro evolutivo, a religião foi construída como uma atividade cultural e social primitiva, e o ritual como o seu primeiro modo de expressão. Para falar de forma simples, a religião primitiva foi feita, não pensada.

A segunda chave diz respeito ao seguinte: no início do século XX, o ritual foi largamente visto no enquadramento da função, com o foco a voltar-se para a questão sobre o que consistia um

ritual. Uma das mais influentes respostas, frequentemente inspirada no trabalho de Émile Durkheim, *Formas Elementares da Vida Religiosa* (1912), era a de que o ritual fornece coesão e consolo pessoais (Grimes, 2006, p.12). O ritual veio para ser visto como uma prática cultural com o poder de dissolver hierarquias sociais, apontando para o enquadramento de constantes dinâmicas entre comunidades e limiaridade, estrutura e anti-estrutura (Grimes, 2006, p.12).

A terceira chave refere-se à abordagem do ritual, em tempos presentes, como sendo de fronteira (Grimes, 2006: p.12), nomeadamente como um ato de fuga. Existem duas principais correntes aqui. Por um lado, há estudiosos que afirmam que a fronteira protege o ritual, preservando as suas características especiais (cf. Hughes-Freeland 1998). Por outro lado, há quem olhe para o ritual como forma de estabelecer pontes: nós fazemos conexões entre diferentes domínios precisamente através do trabalho ritualístico (cf. Seligman *et al.*, 2008; Rothenbuhler 1998). Segundo Grimes (2006, p. 12), uma discussão frutífera nos media sobre o ritual na sociedade moderna só será possível quando os dois domínios – media e ritual – não serão ‘nem igualados, nem segregados, mas sim diferenciados e concebidos como compartilhando um fronteira comum’. Além disso, ele afirma que uma abordagem orientada para a *performance* fornece potencial terreno comum para os media e estudos rituais, em que tanto os media quanto o ritual podem ser vistos como práticas de *performance*.

Apontando para contrários, Cottle identifica três suspeições relativamente ao ritual: o ritual é considerado essencialmente irracional, e, além disso, ideologicamente e politicamente perigoso; o ritual é, ainda, visto como anacrónico, referindo-se às sociedades pré-modernas e aos cultos pré-democráticos; e, por fim, o ritual é presumido como sendo socialmente irrelevante dentro das sociedades cosmopolitas modernas.

Em oposição ao que foi avançado, avançam-se três argumentos. Em primeiro lugar, os autores do livro, *Antropologia dos Media*, Mihai Coman e Eric Rothenbuhler (2005, p. 10), respondem a este tipo de crítica afirmando que através da aplicação de conceitos como o ritual no estudo da sociedade moderna, podemos alcançar uma compreensão mais adequada de um mundo que não pode ser desencantado. Compartilhamos este pensamento, defendendo que independentemente do longo processo histórico de secularização, especialmente no mundo ocidental, as análises racionais de causa-efeito não foram totalmente capazes de substituir estruturas míticas e lógicas narrativas relativas ao fazer sentido humano no mundo. Efetivamente, as escolhas continuam a ser feitas com base em valores, crenças e fé, não apenas no raciocínio instrumental; assim, é crucial reconhecer essa importante dimensão na realidade contemporânea.

Em segundo lugar, Coman e Rothenbuhler (2005) afirmam que o estudo de rituais numa sociedade moderna nos oferece "novos usos" de conceitos e métodos que “já deram um século de bem serviço”. Por outras palavras, o argumento é o de que um conceito de ritual tem-se mostrado útil para gerações de estudiosos interessados em diferentes formas de manter a vida social. Essa tradição

de aplicação de conceitos bem testados em novos contextos, com adaptações apropriadas, não devem, em nosso entender, ir despercebido.

Em terceiro lugar, o estudo de rituais oferece uma abordagem para os media que está sintonizada com o “particular no geral, o local no global, o transitório e circunstancial no duradouro e universal” (Coman & Rothenbuhler 2005). O teórico da comunicação, James Carey, fornece uma descrição sucinta e viável do que o estudo dos media e ritual na sociedade moderna deve envolver:

O ponto de partida de nossa análise é essa busca pela lucidez e a tarefa é elucidar essas formas e práticas, aquelas características duráveis, que resistem às vicissitudes da vida moderna. Esta recuperação não é apenas um meio de ir primitivo, de ver prática quase universal reinscrito na vida moderna, mas um meio de constituindo os fundamentos da intersubjetividade: de ver a experiência à luz dos outros. Para entender domínio das artes populares com termos como mito, ritual, peregrinação, liminaridade, história, narrativa, crônica – é ver em um mundo milagrosamente descontínuo práticas persistentes pelas quais esse mundo é sedimentado e mantidos juntos. É ampliar a conversa humana enquanto aprofundada a auto-compreensão. (Carey 1988, p. 14–15)

Para que haja o avanço nas análises, os estudos dos medias e dos rituais necessitam desenvolver uma compreensão mais colorida do que são os rituais e os media e dos seus contributos numa sociedade, incidindo sobre como sua relação é avaliada conforme o contexto e com que tipo de consequências.

Esta nossa condição temporal mediatizada, sobretudo, pelos fluxos constantes de bens materiais ou imateriais, leva-nos ao livro *Mobilities* do sociólogo, John Urry (2008), em que argumenta que vivemos num mundo de vida social mobilizada. Segundo o autor, este é um mundo feito de fluxos constantes de itens, ideias e atores viajando materialmente e/ou imaterialmente de um local para outro, sem parar. O movimento de coisas e pessoas para frente e para trás; muda de direção e passa por vários locais, tanto físicos quanto virtuais. Urry (2008) afirma que pensar através de uma “lente de mobilidades” fornece novos caminhos para a produção de teorias e métodos para melhor compreender a dinâmica social, política, cultural e econômica da sociedade contemporânea em movimento. No pensamento de Urry, o paradigma das mobilidades é transformador para as ciências sociais, autorizando novos cenários teóricos e metodológicos.

A promessa desta ‘sociologia das mobilidades’ reside, portanto, no facto de permitir que a palavra social seja teorizada como uma ampla gama de práticas económicas, sociais e políticas, infraestruturas e ideologias que envolvem, implicam ou restringem vários tipos de movimento de pessoas ou ideias, informações ou objetos (Urry, 2008:18). Em consonância com Urry, teóricos como Virilio (1997), Bauman (2005), Thrift (1997), Rheingold (2002) e Castells (2009) também teorizaram a sociedade contemporânea após a viragem das mobilidades. Termos como líquido, fluido,

móvel e fluxo foram revigorados para caracterizar a dinâmica social mediatizada em movimento (Bauman, 2005; Castells, 2009).

O sociólogo dos media Nick Couldry (2012) observa que nenhuma discussão sobre mobilidade hoje pode ser completa sem considerar o papel das práticas que nos conectam uns aos outros nesses mundos sociais mobilizados. No vocabulário de Couldry, o que é necessário é a teoria dos media socialmente orientada que conecta essas mobilidades: pontos de encontro e acúmulos de recursos e rotinas entre os quais as mobilidades são criadas e mantidas numa variedade de contextos saturados de media (Couldry, 2012:6, 27). Da mesma forma, Latour (2005:5) enfatiza que “social” só pode ser identificado por um rastreamento de associações e conexões estabelecidas entre diferentes elementos: pessoas, ideias, itens e objetos. Com base nos trabalhos de Castoriadis (1987[1975]), Taylor (2002), Anderson (1983) e outros, nós abordamos esses pontos de encontro, conexões e encontros como imaginários sociais compartilhados, uma matriz simbólica dentro da qual as pessoas imaginam seu coletivo social. Como argumenta Gaonkar (2002), é nas dobras do imaginário social que nos conectamos, mantemos relações sociais e nos vemos como agentes que atravessam um espaço social e cultural e habitam um horizonte temporal. Nesse mundo, os imaginários sociais se realizam em encontros recheados de histórias, símbolos e imagens, em grande parte associados aos media (Gaonkar, 2002).

Nessa partilha que constitui o imaginário social, sobretudo nesta sociedade mediatizada, compartilhamos, através da circulação de imagens nas redes sociais, significados, representações, deslumbramentos, emoções, conduzindo que uma comunidade possa reformular valores e identidades do seu imaginário. Por outras palavras, a sociedade mantém-se unida (Latour, 2005) pelo imaginário social (Taylor, 2002), criado e mantido através da circulação de ideias, itens, emoções e/ou pessoas. Em suma, sem experiências compartilhadas, nenhuma comunidade poderia existir.

A maneira mais simples de pensar sobre a circulação é dizer que se trata de "andar por aí" e/ou 'passando' algo – sejam itens materiais ou imateriais, bens, artefatos, ideias ou crenças que estão sendo distribuídas e disseminadas (Sumiala, 2008: 44–55). A ideia da espiral, ou um ciclone, oferece uma imagem mental útil para pensar circulação. Sua força centrífuga atrai elementos para o turbilhão. Neste processo circulatório, certas ideias, itens e atores tornam-se mais poderosos, enquanto outros podem desaparecer ou mudar sua forma ou consistência, tomando assim outras direções e criando novos processos em circulação.

Nessa novidade de processos, na alteração das produções religiosas no on-line e *offline* podemos também mencionar a nossa ideia talhada anteriormente, de uma relação entre placas tectónicas, que ao movimentarem-se umas sobre as outras, irão gerar diferentes tipos de limites tectónicos, e são eles que alteram a face do planeta, alteram a dinâmica do processo sagrado em rede, alteram a dinâmica das nossas relações sociais. Quando os limites são divergentes, duas placas afastam-se

uma da outra, possibilitando a ascensão do magma que solidifica e origina a formação de uma terceira placa. O surgimento dessa terceira placa trará para nosso objeto elementos que irão favorecer o debate estratégico para o aprofundamento de questões que serão colocadas nos espaços digitais, porque não basta estar ali, mas é necessário preocuparmo-nos com as histórias, as imagens e os símbolos utilizados para propagar a palavra de Deus, dos Orixás, das Entidades cultuadas, atendida com o que há de interessante no mercado tecnológico, ou no mercado da fé, em que um retroalimenta o outro.

Relativamente, aos limites convergentes, as duas placas chocam-se uma com a outra. A placa oceânica irá mergulhar por baixo da placa continental, e após o mergulho, a temperatura e a pressão vão aumentar, havendo a fusão das rochas que constituem a placa oceânica. Ao trazer para o debate religioso, inicialmente, houve um estranhamento em relação a ocupação do sagrado nas redes sociais. Durante a pandemia, qualquer estranhamento foi desfeito por uma questão de sobrevivência, e as transmissões ao vivo, em plataformas como *Zoom*, *YouTube*, *Facebook* tornaram-se comuns e puderam ser acessadas a qualquer hora, a qualquer lugar, porque os conteúdos foram gravados. É justamente neste ponto que mencionamos o choque entre uma placa e outra, que trazemos o exemplo concreto, contado por Sbardelotto (2016), em que o Papa Bento XVI, eleito em 2005, o primeiro pontífice de uma era marcadamente digital, mostrava, em suas mensagens anuais para o Dia Mundial das Comunicações Sociais, estar disposto a configurar uma nova presença da Igreja Católica no cenário mediático digital. Essas mudanças, segundo o Papa, dizem respeito, sobretudo aos jovens que “sentem-se à vontade em um mundo digital que, entretanto, para nós, adultos, que tivemos de aprender a compreender e apreciar as oportunidades por ele oferecidas à comunicação, muitas vezes parece estranho” (BENTO XVI, 2009, s/p APUD Sbardelotto, 2016, p. 19).

No terceiro limite das placas, o limite transformante, não há nem a formação, nem a destruição da placa litosférica. Os nossos dois blocos rochosos apenas se movimentam lateralmente, um relativamente ao outro, pelo que não se afastam, não chocam, apenas deslizam paralelamente um ao outro. Não há nem a formação, nem a destruição de qualquer tipo de placa, mantém-se a placa, sendo chamados como limites conservativos.

Nesse movimento de deslize, há apenas um ajuste do conteúdo tratado nas plataformas digitais, moldando-o à medida que se percebe o público seguidor. O perfil de quem mais vê as postagens, de quem as compartilha, de quem curte, de quem está naqueles espaços e que se assume ou não como religioso. Essa é outra característica evidente, vários “fieis passeadores”, para utilizar o termo de Hervieu Lèger (2008) estão naquelas plataformas em busca de uma mensagem de ânimo, de bem-estar, de força para lidar com o dia a dia, definindo-se como religiosos, talvez seja este um dos principais aspectos quando falamos da fé no tempo presente. São seguidores que estão nas redes, mas que não se identificam como pertencente a uma crença x ou y. Preferem, talvez no “anoni-

mato”, celebrar seus Deuses, ou quem acredita, de olhos fechados em frente a uma tela de computador, realizar uma oração.

Esse deslizar paralelo das placas tectônicas também nos faz pensar sobre a possibilidade de mediar diálogos, num universo “conflituoso” como é a rede. O saber lidar com as diferenças, na busca pela construção de um caminho de paz, como falam todas as religiões, é um desafio. O ouvir a partilha do outro, que inúmeras vezes, gera alguma discordância, exigirá das instituições um cuidado maior com a comunicação partilhada nos diversos canais, como ela é dita, escrita, tratada através de imagens e símbolos. A propagação daquela mensagem ‘postada’ nos espaços digitais, poderá ganhar dimensões impensáveis e incalculáveis quando imaginamos a quantidade de pessoas que poderá vê-la, curtí-la e compartilhá-la num universo sem limites de abrangência.

O limite transformante é a designação do terceiro movimento, responsável pela formação das placas tectônicas. O próprio nome, transformante, carrega consigo uma riqueza em termos de simbologia, quando o adequamos à nossa proposta. A liturgia sagrada transformou-se para ocupar a rede e o fiel também adaptou-se, ou melhor, vem se adaptando, se fazendo e refazendo para continuar naqueles espaços. Agora, não é possível mais imaginar a religião sem apropriar-se do que a tecnologia “oferece”. Como é possível ler em Mateus 18:18: “Digo a verdade: Tudo o que vocês ligarem na terra terá sido ligado no céu, e tudo o que vocês desligarem na terra terá sido desligado no céu”. Ao que tudo indica, os céus descobriram o papel da tecnologia, na disseminação da palavra, e ligou na terra a lâmpada que ilumina o ponto mais alto do universo. E é de lá, ou de cá, desta tela do ecrã, que também se expressa o sagrado.

Para que a nossa análise tivesse um fundamento vindo dos espaços físicos, como parte integrante da metodologia, fizemos visitas em alguns terreiros, em Portugal, antes da pandemia. Para compartilharmos e nos fazermos entender melhor, trazemos nossa contribuição de jornalista e de pesquisadora que esteve diretamente no Terreiro Templo de Umbanda Tenda de Oxóssi (TUTO), em Aveiro. Nas linhas abaixo, encontrarão um fragmento de como foi a visita e da nossa experiência no local, no dia da festa de Ogum, entidade da natureza, materializada num dos orixás vividos pelo povo de santo.

3.3 Vestimos branco e fomos à celebração de Ogum, em Aveiro

“Ogum de lei não me deixe sofrer tanto assim. Quando eu morrer vou passar lá na Aruanda, saravá Ogum, saravá seu Sete Ondas. Quando eu morrer vou passar lá na Aruanda, saravá Ogum, saravá seu Sete Ondas”. Cantiga de terreiro

O caminho para chegar ao Terreiro Templo de Umbanda Tenda de Oxóssi (TUTO)³¹ é cercado de árvores, poucas casas e chão de terra batida. Como participante de um processo histórico vivenciado em diversos países, os terreiros costumam se localizar nos lugares mais afastados das grandes cidades, em virtude das perseguições que sofreram e ainda sofrem. A casa branca de muro baixo e com um grande terreno ao redor nos mostra discretamente que ali é um ambiente diferente em relação às casas que o rodeiam, a energia que sentimos ao colocar o pé na calçada e bater palmas para que alguém saísse, revela uma característica bem típica do lugar: a seriedade com que o trabalho é conduzido.

Os participantes da festa de Ogum, realizada em abril, já circulava no local, alguns descalfos, com turbantes, colares e roupas de cores claras, com predominância do branco, com uma simbologia apropriada em relação a pedidos de paz em tempo difíceis. As crianças brincavam, riam e perguntavam quem eu era, naquele ambiente intimista em que todas as pessoas que estavam ali já se conheciam; eu era a visitante/pesquisadora, como me coloco nas visitas de campo que faço, e junto a mim, tinha um alemão e uma senhora que o acompanhava, éramos o trio de novidade naquele local que compartilha de forma efetiva a ideia de comunidade.

O TUTO, como é chamado pelos seguidores, está localizado em Aveiro, a 263 km de Lisboa, Portugal. Lá, se trabalha, segundo os líderes religiosos Bábálòrisà Carlos e a Yalorixá Sílvia Fernandes, dois aspectos. O primeiro é chamado de cúpula material, de acordo com o qual o seguidor é ensinado a administrar a vida por meio de várias tarefas que lhe são atribuídas, e o segundo, a cúpula espiritual, ligado à mediunidade, às entidades, aos guias, à energia que recebe, e toda informação do campo sobrenatural. A busca pelo equilíbrio se dá através do “controle” relacionado com os bens mundanos, tendo em vista que ao se buscar o equilíbrio, começa-se a avaliar o que tem importância: “É necessário termos o suficiente para que nós possamos ter o equilíbrio e quando nós trabalhamos essa perspectiva, começamos a olhar de forma diferente para as coisas e avaliar o que é essencial para nós” (Iyá Yemesi, Sílvia Fernandes).

O relógio marcava 18h e 15 minutos, e é chegada à hora de começar a festa que tem como intuito nos proteger de nossos inimigos, que inúmeras vezes somos nós mesmos, e utilizar a energia para Ogum abrir os caminhos. As pessoas que lá estavam benziam-se e escolhiam um lugar para começar entoando, a cantiga utilizada nos terreiros, o trecho que usámos inicialmente, “*Ogum de lei*

³¹ O Templo de Umbanda Tenda de Oxóssi foi aberto no dia 5 de janeiro de 2009, depois de nove anos de preparação do Bábálòrisà Ifálékè. Ele recebeu a consagração para a abertura do seu chão, podendo continuar sua caminhada espiritual na formação de novos médiuns e no auxílio de quem procura o Templo. O TUTO se define como uma associação sem fins lucrativos de caráter religioso, filosófico, moral e espiritual, que tem como objetivo o estudo das práticas e dos rituais umbandistas. No TUTO existem sessões de psicofonia, psicografia, cura, desenvolvimento mediúnico, rituais em homenagem aos orixás, ciclos doutrinários, entre outras atividades. O TUTO segue a premissa de Exú Mirim: “a umbanda é séria para gente séria” e é liderado pelo Bábálòrisà Ifálékè, Carlos e pela Iyá Yemesi, Sílvia. Informações disponíveis em: <https://tuto.pt/templo-umbanda-tenda-de-oxossi-terreiro-em-aveiro-portugal/> visto em dez. de 2020.

não me deixe sofrer tanto assim. Quando eu morrer vou passar lá na Aruanda, saravá Ogum, saravá seu Sete Ondas. Quando eu morrer vou passar lá na Aruanda, saravá Ogum, saravá seu Sete Ondas”.

O eco se propagava numa dimensão maior do que a que já tem. Foi a primeira vez que eu vi mulheres tocando atabaques. No Brasil, essa é uma função maioritariamente masculina. No TUTO, cá em Portugal, as mulheres ocupam esses postos. A Ìyá Yemesi, da casa, Sílvia Nascimento, pontua que no terreiro, as mulheres realizam atividades iguais às dos homens: “Aqui, mulher também toca atabaque”. Com essas ações, o terreiro se caracteriza como um local de potencial reivindicação de igualdade de género, questões que podem e precisam ser vivenciadas, sobretudo, nos espaços religiosos, locais em que o poder é legitimado.

As crianças na roda misturavam-se com os adultos, que eram iluminados pelas velas coloridas, fitas azuis, brancas e vermelhas, ao redor dos santos. As músicas eram cantadas com sons mais elevados, e a energia, aos poucos, se alterava, o que era visível para nós que percebíamos a presença de vidas distintas ali, para quem acredita. Ao som do atabaque, três pessoas começam a movimentar-se de maneira diferente em relação às outras, através dos movimentos; foi possível distinguir qual era o espírito que por ali rondava, em um panteão de 16 (que é a totalidade dos orixás cultuados, tanto aqui, quanto no Brasil). Foi Oxóssi, o orixá caçador, irmão de Ogum, o orixá que dá nome ao terreiro e que torna as caçadas frutuosas e, em consequência, garante a comida em abundância. Sua dança imita a caça, a perseguição aos animais e o disparo da flecha. Os dois braços movimentavam-se como flechas, os rostos adquiriam movimentos fortes e tortos, a boca movia-se involuntariamente, e era como se a pessoa, já não conseguisse controlar de forma racional os movimentos. É o que chamamos de transe, ou seja, o espírito/a entidade/o orixá toma conta do corpo daquele filho de santo que recebe os cuidados das iabás, das cuidadoras, responsáveis por direcionar quem está em transe.

O candomblé é uma representação das muitas vias e possibilidades de existência na contemporaneidade. Se, como argumenta Morin (1987), a cultura de massas, através dos imaginários individuais cria o mito do amor e da felicidade e a partir disto se forma o imaginário coletivo, e pensando no argumento de Appadurai (2004) sobre a criação subjetiva de mundos imaginados, é tangível pensar que a forma como o candomblé está estruturado, através da hierarquia, da organização litúrgica, contribui para que os fiéis formem seus imaginários, inclusive sobre os laços humanos. O que a religião traz como amor, Deus, entidades, seria um dos elementos a compor os mundos imaginados por estes fiéis.

Durante a cerimónia, os presentes começam a entregar os pertences ao pai de santo, para serem abençoados em frente aos orixás, em frente às velas. Logo em seguida, o pai de santo, no meio da gira, chama um a um cada um dos presentes para rezar, tirar os atrapalhos e pedir que os cami-

nhos sejam abertos. As pessoas se dirigem ao centro, enquanto a música continua com as mulheres nos atabaques e os participantes mais assíduos que acompanham letra a letra. Um cordão azul e branco delimita o espaço de quem está na gira e do telespectador, que na hora de entrar, é levado pela mão pelo responsável da casa. E chega uma hora em que ele vem até mim, para que eu vá até ao centro, e eu fui. O pai de santo com os braços em movimento, e pronunciando algumas palavras em iorubá, num discurso que eu não consegui entender, e nem me esforcei para isto, porque momentaneamente eu estava concentrada apenas na energia daquele universo mítico, e com os olhos fechados ouvi apenas o ‘Deus abençoe’ e voltei ao lugar onde eu estava, para continuar tomando nota do que os olhos conseguiam enxergar. Depois do trabalho feito com todos os presentes, era chegada a hora da cerimónia aos poucos terminar, e termina com a mesma música que começou, e dessa vez eu já conseguia cantar várias partes da letra. “Ogum de lei não me deixe sofrer tanto assim. Quando eu morrer vou passar lá na Aruanda, saravá Ogum, saravá seu Sete Ondas. Quando eu morrer vou passar lá na Aruanda, saravá Ogum, saravá seu Sete Ondas”.

Figura 3 e 4 - Celebração de Ogum, no TUTO



Figura 5 e 6 - Celebração de Ogum, no TUTO



Imagens do terreiro Templo de Umbanda Tenda de Oxóssi(TUTO), Aveiro, Portugal, em 22 de abril de 2018.

3.4. O som dos atabaques no ciberespaço

No ano atípico como foi 2020, os nossos olhares atentaram para o digital, atentaram para as redes, na busca do entendimento sobre como os terreiros, em Portugal, se manifestam na plataforma digital. Diante das inúmeras horas recolhidas, das transcrições, realizadas especificamente no período de março a dezembro de 2020, trazemos a seguir recortes de períodos de tempos sequenciais que nos farão contribuir para endossarmos o debate e, quiçá, pensar em possibilidades futuras de análises. Lembrando e compartilhando da ideia, de que esse nosso trabalho, não se esgota nessas páginas, é apenas um norteador para que ideias outras surjam a partir desse emaranhado de palavras.

O que vimos e sentimos é estrategicamente a inserção e utilização das contas por grupos religiosos, na tentativa de dialogar efetivamente com o fiel, consumidor e curioso das questões místicas, religiosas, transcendentais. A fé colocar-se-á através da linguagem HTML numa perspectiva de experimentação de um terreno que para o sagrado também está repleto de novidades.

Descobrir para que serve a internet é um processo que envolve redes sociais on-line, espaços digitais de conexão que se encaixam e transformam os contextos locais, alterando, no processo, o contexto global (HINE, 2000:38).

O significado da tecnologia não existe antes dos próprios usos, mas funciona na hora do uso. Ao mesmo tempo, a utilização da internet de forma significativa envolve representá-la para outras pessoas como valiosa, de maneiras reconhecíveis. Neste ponto, a 'internet' abstrata torna-se significativa de forma concreta e contextual. Dizer que a internet é um media *mainstream*, não é sugerir que é o mesmo objeto para todos. Parafraseando Ang (1996: 80), a internet está em toda parte, mas não está em toda parte da mesma maneira (HINE, 2000: 38 tradução nossa).

It is essential to treat telecommunications and computer-mediated communications networks as local phenomena, as well as global networks. Embedded within locally specific routines of daily schedules and the 'place ballets' of individuals, Internet has been shaped by its users. (Shields, 1996: 3)

A internet poderia, portanto, ser vista como moldada pelo contexto social. Tal como acontece com a escolha dos media dentro das organizações, as percepções do que o meio é e o que ele simboliza pode ser influente na determinação de quando e **como** (*grifo nosso*) é usado (Trevino, 1987).

Hine, no livro *Virtual Ethnography*, lembra a história da origem da internet. Segundo a autora, a sua origem e o desenvolvimento contêm alguns temas-chave: a apropriação de uma tecnologia militarista para fins humanitários e propósitos libertários; a afirmação do desejo humano natural

de comunicar; a reclamação de uma arma de destruição para o bem das pessoas. Histórias semelhantes são contadas sobre o desenvolvimento do Minitel na França, como fonte de informação, e sua apropriação pelos usuários como forma de comunicar (Lemos, 1996). A expansão da internet a partir dos estabelecimentos de pesquisa militar a universidades permitiu mais amplamente a internet como cultura e artefato cultural, ou seja, a remodelação de uma tecnologia, assim revelando o seu potencial. Hine (2000:41) pontua que este tema permeou muito do uso inicial da internet: sua proclamada natureza anárquica, a atitude contra-cultural dos *hackers* e *cyberpunks*, e a ênfase na responsabilidade compartilhada da etiqueta inicial. A teorização inicial sobre a internet enfatizou o jogo da identidade, o desenvolvimento de comunidade online e a descoberta de novas formas de comunicação, além da partilha. Uma grande mudança na identidade da internet ocorreu com a mercantilização de acesso e sua disponibilidade para pessoas externas às universidades com base num pagamento de taxas.

Para Herz (1995), provedores de serviços de internet (ISPs) empacotam e vendem o acesso à internet a uma parte do público. O início do fluxo de pessoas acessando a internet numa base comercial era controverso para aqueles que moldaram a sua cultura. Eram os recém-chegados que desconheciam as normas e valores definidos nos primeiros dias, sendo vistos como uma ameaça à cultura, ou rudes, simplesmente.

Hine (2000:41) afirma que desde as suas origens restritas, a internet tornou-se uma mercadoria em princípio, embora não na prática, aberta a todos. Como uma mercadoria, ela precisa ser vendida a seus compradores, e ganhos financeiros consideráveis podem existir para uma empresa que pode criar e atender à demanda. ISPs alimentam e contribuem para esta tendência cultural. Uma relação complicada com os valores originais da internet é o resultado. Muitos novos usuários podem estar completamente inconscientes do que a internet simbolizava para seus primeiros entusiastas. Seus usuários agora chegaram através de variadas rotas de acesso e caminhos para a compreensão do significado da internet, sendo expostos a uma miríade de diferentes mensagens sobre o que esperar da tecnologia, antes mesmo de começarem a interagir com outras pessoas online. Eles usam a Internet para trabalho, lazer, informação, compras e – *como estamos falando de religião – o internauta que segue alguma crença ainda utiliza a rede com intuito de propagar, compartilhar e deixar evidente qual a denominação religiosa que segue (grifo nosso)*. Eles exploram novos relacionamentos e sustentam os existentes. Eles avaliam o que querem ver on-line em relação ao que já sabem. O ser sensato e apropriado usa códigos interpretativos aprendidos on-line e importados das definições offline.

Dando continuidade as nossas análises sobre o TUTO, vamos agora avaliar o terreno, nas redes sociais on-line, nomeadamente no *Facebook*, um dos principais carros-chefes de comunicação da instituição. Nesse espaço, os líderes religiosos compartilham textos informativos, publicam fo-

tos, vídeos, disponibilizam aos internautas contactos para tirar dúvidas, e mostra-se cada vez mais presentes numa espécie de redução de distâncias entre quem prega a fé e quem a segue.

Cabe aqui um ponto importante sobre as questões éticas, relativas ao trabalho de campo. Desde o início da nossa pesquisa, em 2017, quando comecei a contactar os primeiros líderes religiosos em Portugal, me coloquei na condição de pesquisadora e também interessada em preservar alguns segredos da religião que não deveriam ser ditos a mim, como não foram. As imagens registadas nos terreiros, bem como os áudios e vídeos feitos, foram sempre com o consentimento das lideranças das casas e dos fieis que apareceram nas imagens.

Esse cuidado atribuiu a nossa pesquisa um tom de seriedade e responsabilidade no universo religioso. Aspecto que fez com que, tratássemos as questões da maneira mais clara possível, em que eu estava preocupada em reproduzir apenas o que me era autorizado. Foi assim até o fim do trabalho, em que cada líder religioso citado nesta tese recebeu um exemplar em PDF para leitura e elaboração de diálogos, se houver a necessidade. Estando esta pesquisadora que vos fala, aberta aos debates nos terreiros quando as condições relacionadas a saúde pública assim permitir.

Os comentários que trazemos juntamente com as imagens na nossa netnografia, foram trazidos, depois de consultar os termos legais do *Facebook*, no ponto 3 especificamente, em que trata do compromisso do usuário com a comunidade. Por ser todas as páginas consultadas de perfil público, abertos a qualquer pessoa, e sendo os comentários trazidos como recorte para esta tese, com intuito de demonstrar, em sua maioria, a gratitude pelo trabalho nos terreiros, o que não viola nenhum procedimento de conduta para estar nos espaços online, e fundamentados nas permissões que o *Facebook* concede a plataforma, mostraremos a imagem e o nome do usuário nas páginas dos terreiros, no *Facebook*. Bem como os e-mails e os telefones disponibilizados, como estão no *Facebook*, tem o intuito comunicacional, e em termos de publicização das informações, os terreiros trazidos neste recorte, não apresentaram nenhuma objeção em reproduzir os dados on-line. Para abrir uma conta na plataforma, o usuário autoriza as permissões abaixo:

“Para fornecer nossos serviços, precisamos que você nos conceda algumas permissões legais (conhecidas como “licença”) para usar esse conteúdo. Especificamente, quando você compartilha, publica ou carrega conteúdo protegido por direitos de propriedade intelectual nos nossos Produtos ou a eles relacionados, você nos concede uma licença não exclusiva, transferível, sublicenciável, isenta de royalties e válida mundialmente para hospedar, usar, distribuir, modificar, veicular, copiar, reproduzir publicamente ou exibir e traduzir seu conteúdo, assim como criar trabalhos derivados dele, (de modo consistente com as suas configurações de privacidade e do aplicativo). Isso significa que você, ao compartilhar uma foto no Facebook, permite que nós (mais uma vez, de modo consistente com as suas configurações) armazenemos e copiemos essa foto, além de compartilhá-la com outras pessoas, como os provedores de serviços que viabilizam a operação do nosso serviço ou de outros

Produtos da Meta que você usa. Vale destacar que, quando excluimos seu conteúdo dos nossos sistemas, essa licença é encerrada”.³²

3.5 O TUTO nas redes sociais

Criada no dia 28 de outubro de 2011, a página do Templo de Umbanda Tenda de Oxossy (TUTO) é uma das principais ferramentas de comunicação do terreiro com os seguidores e internautas. A página está definida como: “Associação Religiosa sem fins lucrativos, cuja finalidade é a prática e o estudo de Rituais de Umbanda de raízes Africanas, sem preconceitos de qualquer espécie”.

Logo que se abre a página, vemos que o Templo de Umbanda está localizado em Aveiro e que o objetivo do trabalho é auxiliar as pessoas a encontrarem um caminho para uma vida mais equilibrada e feliz. Do lado esquerdo, onde tem a palavra Sobre, fica claro, também, as atividades desempenhadas pelo terreiro como sessões (giras) de Umbanda, sessões de mentores de cura, sessões xamânicas, sessões de psicografia, desenvolvimento mediúnico, recolhas espirituais, convívios, entre outras.

Para quem ficou interessado em conhecer um pouco mais o trabalho do TUTO, no canto superior da página tem um convite para marcações online através de www.beauti.pt/BabalarisaIfaleke ou do botão "Marcações Online" no topo da página *Facebook*.

A página do Templo de Umbanda Tenda de Oxossy conta com 3.040 curtidas, 3.133 seguidores de conteúdos publicados e 300 pessoas fizeram ‘check-in’ no Templo. Na página do *Facebook*, os ciber-fiéis encontram o número de telefone e o e-mail – sendo que qualquer contacto encetado conta com pronta resposta por parte dos dirigentes–, e é também visível o endereço do *Instagram*. Ao pesquisar a página da associação mais a fundo no *Facebook* (<https://www.facebook.com/associacaotuto>), clicando no link ‘vídeos’ na parte superior, o ciberfiel pode encontrar as sessões, as homenagens, os rituais, e os ciclos doutrinários.

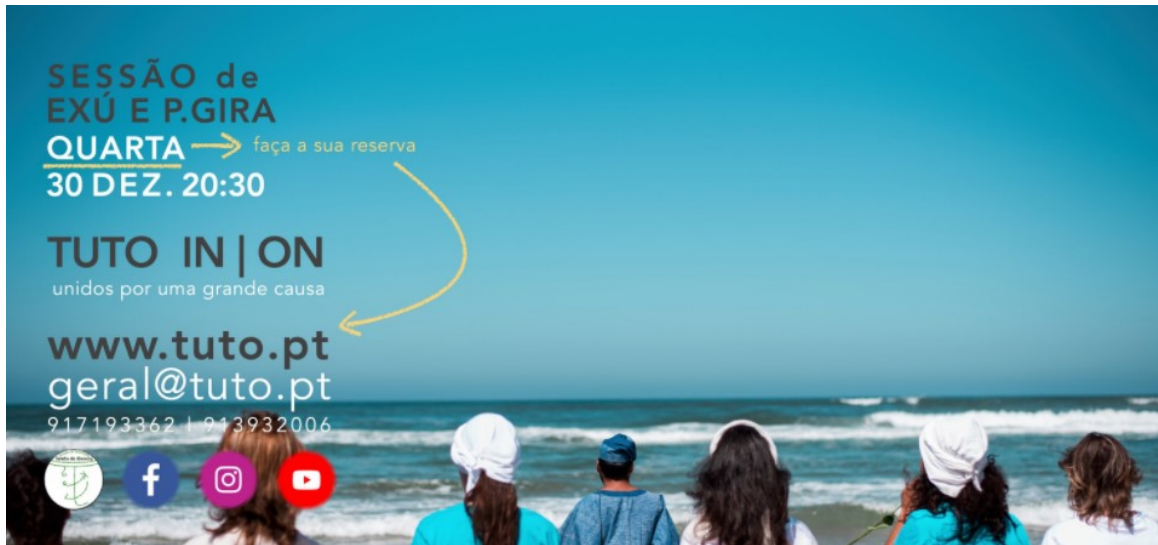
Em conjunto, recorrendo a várias plataformas digitais, diversos terreiros em Portugal, revelam fôlego para abraçar as novas tecnologias, tal como o fez a associação do TUTO, tendo a virtualização dos serviços, incluindo o religioso, se tornado mais concreta num tempo de pandemia.

³² Conteúdo disponível em: <https://www.facebook.com/legal/terms> e consultado em agosto de 2021

Figura 7 - Templo de Umbanda no *Facebook*



Figura 9 - Foto de capa do *Facebook*



Disponível em: <https://www.facebook.com/associacaotuto>. Acesso em: dezembro de 2020.

Com frequência, as imagens escolhidas para fazerem parte da capa da página constituem em chamadas para atividades que o terreiro irá desenvolver em breve. É comum, como é o caso desta, encontrar os fiéis do TUTO compondo as fotografias. Nelas também conseguimos apreender que o Templo tem um site próprio, ao qual se pode aceder através do *Facebook*, *Instagram* ou *Youtube*, clicando numa bolinha branca situada o canto inferior esquerdo da página.

Ao descer mais na página, vemos um dos vídeos com maior número de visualizações do *Facebook* do TUTO, correspondendo às 1.200 visualizações em dezembro de 2020, consistindo numa sessão de ciganos. No momento da transmissão ao vivo, faltou luz no Templo e a transmissão parou por alguns minutos. Quando vemos os comentários, os internautas apontam para o não ouvir o som, e o não ver as imagens, decorrentes da falta de luz. Poucos minutos depois, um dos comentários já revelava que a luz tinha voltado a funcionar, pelo que já havia som e imagem.- Trouxemos para esta parte da tese, o enxerto colocado anteriormente sobre a falta de luz, a falha no som, justamente para lembrar que as plataformas digitais, por alguns momentos e a depender das circunstâncias, pode deixar o internauta sem o serviço. As razões apontadas acima, no espaço presencial, teriam sido contornadas sem comprometer a sessão. Nos comentários, também, saudações aos ciganos, como vemos no recorte abaixo da internauta e fiel, Cátia Pinto, e do Babalorixa Ókónibá, questionando “porque o centro de Umbanda canta em *yorubá* para os Exus? O mesmo internauta responde que as cantigas em questão são para Exu orixá”.

Figura 8 e 9 - Sessão de Umbanda: Entidades Ciganas e comentários

The image is a screenshot of a Facebook post. On the left, there is a video player titled "Sessão de Umbanda: Entidades Ciganos ..." with 15 likes and 1,3 mil visualizações. The video shows a woman and a man in traditional Umbanda attire. To the right of the video is the post header for "Templo de Umbanda Tenda de Oxossy", dated 9 de maio de 2020. Below the header is the video title "Sessão de Umbanda: Entidades Ciganos - TUTO ONLINE" and its description. Underneath are interaction buttons for "Curtir", "Comentar", and "Compartilhar". A "Comentários" section is visible, showing a comment from "Catia Pinto" at 7:03 asking about the use of Yoruba in the session. The post also includes a "Transparência da Página" section at the bottom left, stating the page was created on 28 de outubro de 2011.

<https://www.facebook.com/associacaotuto/videos/710042819742310> Acesso em: dezembro de 2020

3.6 Entre as atividades do TUTO no online, estiveram os ciclos doutrinários

Durante a pandemia, com o primeiro Estado de Emergência decretado em Portugal, em março de 2020, o TUTO, bem como outros terreiros, organizaram sessões online. As festas para os orixás, os ciclos doutrinários, a assistência espiritual era toda feita mediante recurso às plataformas. Para explicar no que constituem os ciclos doutrinários, trazemos as palavras da própria Ìyá Yemesi, Sílvia Fernandes, para que entendamos mais didaticamente o que são esses ciclos.

Em tempos de pandemia, a responsável pelo terreiro começa o vídeo do dia 16 de abril de 2020, ressaltando a importância de se ficar em casa e dos cuidados necessários em tempos de pandemia. “Eu espero que toda a gente esteja bem de saúde, neste momento que nós estamos a viver, essencialmente que se cuidem, cuidem das vossas famílias, cuidem das pessoas que vos são próximas e, claro, fiquemos em casa, porque é fundamental nós estarmos em casa para poder manter a nossa saúde”, sublinhou Fernandes.

O objetivo dos ciclos doutrinários, segundo a mãe de santo, é falar de temas, temas que de alguma forma auxiliam o crescimento interior, o desenvolvimento pessoal, espiritual, e também desmistificar algumas áreas/temas relacionados com a Umbanda. “Vamos tentar abordar aqui, algumas áreas dentro da espiritualidade, dentro da religião, dentro da Umbanda e dentro do desenvolvimento pessoal. O tema que vamos falar acho que é pertinente porque talvez nos dê uma conexão e uma forma de ver ou de compreender o que simboliza o respeito. Ao longo dos anos o nosso objetivo como templo doutrinário de Umbanda é fornecer conhecimento aos médiuns e às pessoas que frequentam o nosso templo, de forma a que eles possam evoluir e crescer como seres humanos”, explica Fernandes, transmitindo a mensagem com um tom maternal que já adota há alguns anos, desde que a religião entrou na sua vida.

A importância da doutrinação, do ensinamento através do processo de educação, ajuda quando se fala em evolução refletida na conduta e na ética social. “É não apenas dizer, eu sou religioso, mas na prática, as minhas atitudes demonstram o contrário. Então, não é só dizer, nós somos religiosos, e realmente praticarmos as filosofias e doutrinas religiosas que nos são transmitidas nos templos, transmitidas nas igrejas, independentemente de qualquer credo. Não é dizer mas sim, fazer”, destaca Sílvia Fernandes.

Tendo o respeito como principal vocábulo deste ciclo doutrinário, pediu-se a Fernandes para definir esse conceito logo no início da conversa. E logo em seguida, a entrevistada respondeu que o respeito aponta para a importância da percepção do limite de cada coisa. A palavra será apropriada em seguida, para mostrar que é fundamental o respeito a si próprio, ao corpo como templo, ao ser. Quando as definições destes conceitos são claras para nós mesmos, há uma transferência da nossa responsabilidade e cuidado para os demais. Para o povo do terreiro, a ‘aceitação do eu’ é um ponto importante para se buscar a compreensão de quem é o outro e das diferenças existentes no mundo.

“Tenho à partida de compreender que, as vivências das outras pessoas vão ser sempre diferentes da minha vivência porque cada vivência é uma vivência única. E por isso somos seres únicos. Então quando começamos a compreender isso, começamos a compreender que não existem fórmulas certas nem fórmulas erradas, nem vertentes certas nem vertentes erradas, nem doutrinas certas nem doutrinas erradas. Se nós entendermos isso, nós começamos a respeitar os demais”, pontuou Fernandes.

A unicidade de cada indivíduo é apontada como aspecto essencial para que o conjunto seja diverso, distinto, múltiplo, plural. Por isso, defende-se a igualdade diante de vivências tão diferentes. Os mais de 16 minutos, normalmente o tempo destinado a cada ciclo doutrinário, surge apenas para dar um pequeno *amiré* para que a cada ciclo possamos em casa aproveitar este tempo para refletir um pouco sobre o respeito, por exemplo. “Estou a plantar a sementinha em vossa mente para que vocês em casa possam fazer o vosso trabalho. O babalorixá não vai crescer pelo médium, o médium tem que fazer o percurso dele. Da mesma forma que eu não vou fazer o percurso de ninguém e ninguém vai fazer o meu percurso, nem dos mentores espirituais e os babalorixás, pais de santo, mães de santo, sacerdotes, pastores, ou seja, o que for, independente da crença”. Os líderes religiosos estão aqui para plantar a semente e estimular o debate na constante busca por perguntas, dúvidas e reflexões para que haja crescimento, no processo de evolução. Para o povo de terreiro, o conhecimento se dá através do interesse em responder às perguntas.

“Eu espero que reflitam o que é que é realmente o respeito, e que passem a agir cordialmente, consoante, a forma como falam. Ou seja, que não sejam palavras, mas antes atitudes. Usem esta sabedoria que nos foi passada, para que possamos refletir e para que possamos elevar a nossa consciência a um conhecimento maior, para que possamos crescer como seres humanos e compreender que todos somos um só”, finalizou a ialorixá.

Logo depois, ela agradeceu a presença de todos e agradeceu o momento da partilha do conhecimento. A líder da casa convida os presentes a participarem no sábado, três dias depois do ciclo doutrinário, de uma sessão online, às 17h de Portugal, onde foi feita uma homenagem ao orixá Ogun. Num gesto fraterno de respeito e de quem lida bem com a câmera, Fernandes diz que conta com as pessoas em direto para unir as forças para que se possa fazer uma corrente ao orixá Ogun,

nos pedidos de abertura de caminho e para vencer as batalhas. E, no fim, reforça-se a data e hora do próximo encontro, procede-se a agradecimentos e prepara-se o terreno para o próximo encontro, reforçando-se data e hora: “estaremos aqui, online, no TUTO e com vocês. Para finalizar, novamente os agradecimentos e o desejo de boa noite é seguido de axé para quem é de axé e de um até breve.

Figura 10 - Imagem da Ialorixá, Sílvia Fernandes, no ciclo doutrinário



Disponível em: <https://www.facebook.com/associacaotuto>, <https://tuto.pt/sessoes-umbanda-online/> e <https://www.youtube.com/channel/UCGgfZ9UZ2Z5uPhos377GRnw/videos> Acesso em: dezembro de 2020

Figura 11 e 12 - Recorte dos comentários dos internautas



Disponível em: <https://www.facebook.com/associacaotuto>, <https://tuto.pt/sessoes-umbanda-online/> e <https://www.youtube.com/channel/UCGgfZ9UZ2Z5uPhos377GRnw/videos> Acesso em: dezembro de 2020

Segundo Nelson (2012), as páginas de fã se configuram como dispositivos criados pelo *Facebook* para dar aos empresários, prestadores de serviços, celebridades, artistas, associações ou grupos, o seu próprio espaço diferenciado em relação às páginas tradicionais do *Facebook*. Justamente por isso, uma *fanpage* (mesmo que de uma instituição religiosa) possui particularidades mercadológicas manifestas, possibilitando a emergência de um ambiente propício e favorável para ações promocionais e indutoras de consumo. Tais espaços virtuais, quando formatados como uma ciber-igreja (de qualquer vertente religiosa, inclusive católica) para disseminação de conteúdos, colabora para o despontar em sua superfície da fusão moderna da religião com o mercado e com as práticas de consumo.

O interessante dessa nova relação que envolve consumo e vivência religiosa no ciberespaço é o alargamento reprodutivo dos exercícios de mercado. No *Facebook*, os internautas (sejam estes ciber-fieis ou não) ainda podem fazer uma avaliação sobre as atividades realizadas pelos terreiros seus cultos, suas postagens, os testemunhos, narrar a história de suas vidas, dependendo do grau de exposição a que queiram se submeter e na pré-disposição de compartilhamento. No espaço da ‘fanpage’ que recebe como título “minha avaliação”, os ciber-fieis são convocados a dizerem às pessoas o que acham do terreiro. Nesse local, as manifestações se dividem entre elogios, recomendações, críticas e insatisfações – situações raras para as vivências físicas nos templos, mas extremamente comuns para as interações nas redes sociais –, o que pode dialogar com o questionamento proposto por Maranhão Filho (2013, p.225):

É possível que a religião/religiosidade online afete a autoridade religiosa institucional, visto que no ciber janelas se abrem a outras paisagens que possibilitam deslocamentos, (bri)colagens, (re)cortes, (re)costuras e (re)conversões. Pode minar o monopólio ou controle da autoridade sobre os/as fieis. Mas se o ciber abre algumas janelas, pode fechar outras.

3.7 Os rituais aos orixás também podem ser assistidos a partir de casa, pela plataforma Zoom

No dia 16 de maio de 2020, o TUTO organizou virtualmente o ritual a *Ossayín*, o orixá da cura. No vídeo, a mãe de santo da casa, juntamente com o pai de santo organizaram a festa para ser transmitida online e gravada para ser vista depois. Num terreiro vazio, sem filhos de santo, sem nada, apenas com as decorações e comida para o orixá celebrado no dia, o ritual foi realizado.

“Para quem não me conhece eu sou *Iaolorixá Yemesi*, aqui do Templo de Umbanda Tenda de Oxóssi (Tuto) em Aveiro. Sejam bem vindos ao Tuto on-line. Tenho aqui comigo, que está mesmo atrás de mim, o *babà Ifalikê* que também é do Templo de Umbanda Tenda de Oxóssi. Estamos aqui os dois reunidos para então dar início ao ritual. O ritual ao orixá Ossayín e vamos pedir ao orixá Ossayín, vamos pedir às folhas, à energia das folhas, à sabedoria das folhas, esta riqueza desse orixá, vamos pedir que ele traga para nossa vida, equilíbrio, saúde, cura, esperança, renovação e harmonia. As pessoas que fizeram a inscrição no Templo Tenda de Umbanda Tenda de Oxóssi, no site, fizeram os pedidos aos orixás, temos aqui os pedidos connosco, como podem ver ali, por baixo das velas. Aquelas pessoas que não fizeram os pedidos, não preencheram o formulário, e que estão online connosco, aproveitem o momento enquanto nós iniciamos o ritual para poder fazer os pedidos aos orixás, para poder se conectar ao orixá *Ossayín* para que ele possa trazer para vossa vida um equilíbrio, a saúde, a cura, a harmonia, e penso que por agora é tudo. Estejam connosco, conectem-se connosco, vivam esse momento connosco, todos unidos, embora distantes, mas todos unidos numa fé, numa relação espiritual, que possamos pedir com força, com axé, com alegria, com esperança, ao nosso orixá, *Ossayín*, que ele retribua com equilíbrio e com harmonia, com axé e com força também para nossa vida. Vamos lá. Boa tarde. Axé e vamos dar início aos nossos rituais”. (Sílvia Fernandes)

Vestida de azul claro, num cenário de fundo verde da cor do orixá homenageado, Sílvia toca atabaque e canta: “Eu vou pedir licença para meus trabalhos começarem. Salve o povo de Aruanda, salve. Meu pai Oxalá”. Larôï, laroiê Exu.” As palhas no chão representam o deus das folhas, com as velas acesas em cima das folhas. As canções continuam.

“Pedimos licença a Exu para iniciar os nossos trabalhos. Pedimos licença a todos os orixás para iniciar os nossos trabalhos. Sem folha não há orixá. Êêê³³ Ossayín, ê. É um ballet de folhas, é um ballet de folhas, é um ballet, ballet, ballet”. *Enquanto ela canta, o babà da casa fala:*

“Ossayín, senhor da cura e do axé, das folhas. Ó senhor das ervas, venho te louvar neste momento. Peço nesta oração que o seu axé expire todas as nossas ações. Sem o orixá das folhas, nenhum orixá é cultuado, sendo assim, pela sua força e poder, eu vos peço que as suas bênçãos derramem sobre os nossos espíritos, as nossas mentes, os nossos corpos. Traz até nós a cura, a paz, a harmonia, a vida como as folhas frescas. Traga a fartura, a saúde, a alegria e o amor na nossa jornada diária. Que as folhas secas levem para longe aqueles que obstruem os nossos caminhos. êê Saravá Ossayín, traga a vossa proteção aos nossos caminhos. êê Ossayín, ô. Meu pai, meu Mestre, meu Senhor do desconhecido, que as encruzilhadas das dúvidas sejam afastadas das nossas vidas, que o seu pássaro voe à chegada do espírito. Meu pai, meu mestre e Senhor das folhas, que as folhas, do outono possam alegrar as nossas almas, que as folhas da primavera possam enfeitar o nosso destino, que as folhas do inverno cubram-nos com a nossa proteção, e que as folhas do verão, tragam-nos a vossa sabedoria e esperança. Meu pai, meu Mestre e Senhor das curas, que o seu pássaro cante três vezes para louvar a nossa saudade. Que o seu pássaro cante sete vezes para louvar as nossas dores, que o seu pássaro cante eternamente para receber o nosso amor. Axé, Ossayín. Traga a sua proteção aos nossos velhinhos.”

“Êêê, êêêê. Assaô, euêêuo, êuêêuo. Axé, axé, axé,” enquanto toca o **chocalho**. Som do atabaque. A ialorixá puxa, dizendo:

³³ As palavras foram aportuguesadas para que o entendimento seja mais claro, além de fazer com que o texto torne-se mais fluido.

“Eu vou pedir licença para meus trabalhos terminarem. Salve o meu povo de Aruanda, salve, meu pai Oxalá. Eu vou pedir licença para meus trabalhos terminarem. Salve o meu povo de Aruanda, salve, meu pai Oxalá. Eu vou pedir licença para meus trabalhos terminarem. Salve o meu povo de Aruanda, salve, meu pai Oxalá. Encerramos assim, o nosso ritual para Ossayín. Que Ossayín ouça a nossa oração, e possa cubrir todos nós, dentro dos nossos pedidos. Agradecemos a vossa presença, agradecemos a paciência que tem tido com o templo Tenda de Umbanda Tenda de Oxóssi. Temos o nosso tempo já programado. Temos que cumprir o programa definido pela Direção Geral de Saúde, e esperemos já começar a implementar as fases sequenciais para que as nossas atividades possam trazer força e vigor. No entanto, vai ainda demorar algum tempo, mas será comunicado em tempo apropriado, a abertura das nossas portas ao público. Mantenham a vossa força, a vossa esperança, a vossa fé erguida, assim como nós nos mantemos aqui. Independentemente da atividade profissional de cada um, a nossa fé permanece intacta, viva e firme. Axé, axé, axé. Obrigada por ter estado aqui connosco mais uma vez, mais uma sessão online, mais um desafio, mais uma vitória. Espero que Ossayín ouça os nossos pedidos, espero que Ossayín traga para a humanidade, saúde, cura e harmonia. Espero que em breve a gente possa realmente estar precedentes para continuar este nosso trabalho. No entanto, o facto de nós estarmos a realizar sessões online não quer dizer que não estejamos a fazer um bom trabalho. Estamos a fazer o nosso melhor trabalho, a nossa melhor forma de poder continuar a realizar este trabalho e chegar até vós. Da minha parte e da parte do Bábá e da parte do Templo, agradecemos aos associados porque sem eles, era praticamente impossível continuar este nosso trabalho. Obrigada, do fundo do coração. Agradecemos a todas as pessoas que tem de alguma forma contribuído para a Associação se manter ativa e em pé. Agradecemos mesmo de coração. Se quiserem contribuir já sabem que podem fazê-lo por transferência bancária, por referência bancária, por referência multibanco, por MBway, pronto. Tem sempre várias formas de poder chegar até nós, os vossos donativos, a nível de dinheiro. Mas também podem, neste momento, se quiserem contribuir a nível de material, precisaremos futuramente de álcool para desinfectar o espaço, precisaremos de luvas, precisaremos de máscaras para poder começar a realizar o nosso trabalho presencial. Por isso, estamos abertos a quem quiser auxiliar nesse sentido, para que possamos então, com as devidas precauções e no devido momento, iniciar os nossos trabalhos de porta aberta, sempre tendo consciência que, embora nós tenhamos fé, é importante cuidarmos do corpo físico. Nós vivemos num planeta materializado e dessa forma não podemos descuidar a nossa saúde, a nossa higiene física, para que ela, a nível espiritual, também possa progredir e evoluir. Da minha parte, obrigada por terem estado aqui connosco mais uma vez. É sem dúvida um momento gratificante para poder partilhar esse momento convosco. Na próxima sessão já estaremos aqui com um médium ou dois médiums do templo a trabalhar connosco. É óbvio que iremos ter todos os cuidados necessários e fundamentais para manter a nossa saúde, o nosso equilíbrio, seguindo sempre as diretrizes que o país assim recomenda. Isso, quem quiser receber um conselho da entidade, na próxima semana, façam o preenchimento do formulário, nas sessões online do TUTO. Preencham o formulário, coloquem as vossas questões, coloquem as vossas perguntas, as vossas dúvidas, as vossas orientações à entidade, para que no sábado então nós possamos fazer o pedido do aconselhamento às nossas entidades, que têm vindo trabalhar connosco. Se vocês não preencherem os formulários é impossível para nós preencher os vossos pedidos. Por isso, se têm dúvidas, se precisam de orientação, vão a www.tuto.pt sessões/sessões online, preencham o formulário das sessões online e no final da sessão, ao sábado, enviaremos para o vosso e-mail todas as orientações da entidade. Da minha parte penso que é só. Obrigada por terem estado connos-

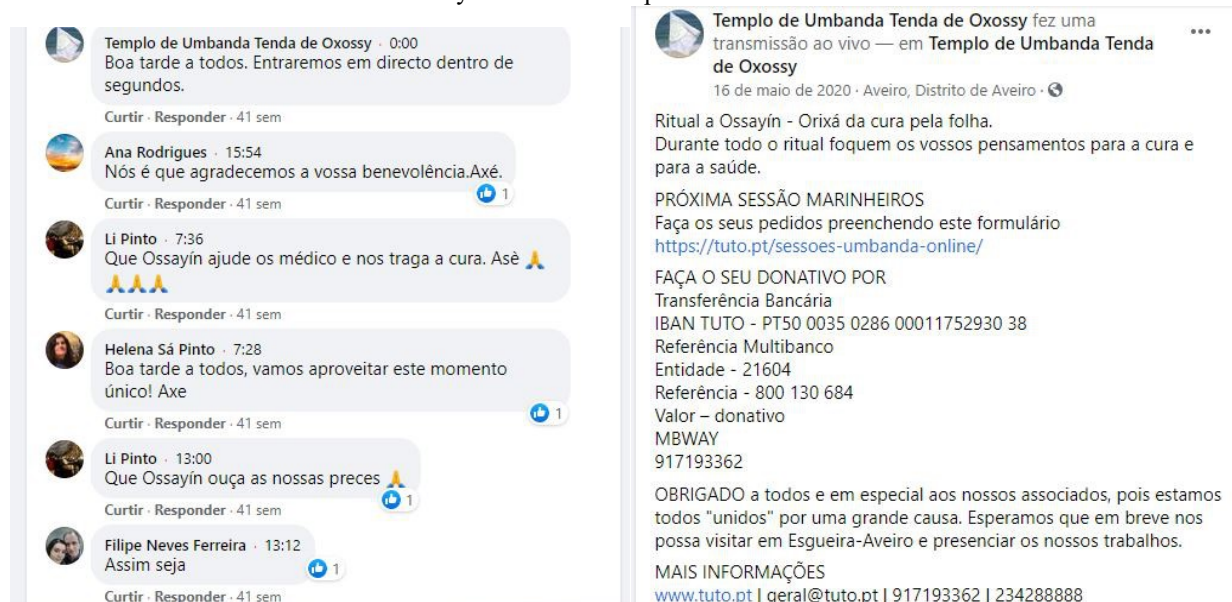
co. Teremos novidades, certamente, em breve. Um abraço caloroso, embora distante, um abraço sentido no coração. Axé. Mutumbá. Mujuaré. Saravá”.³⁴

Figura 13 e 14- Imagem do ritual a Ossayín com a Ialorixá e o Babalorixá do TUTO



Disponível em: <https://www.facebook.com/associacaotuto/videos/592948817990682>, <https://tuto.pt/sessoes-umbanda-online/> e <https://www.youtube.com/channel/UCGgfZ9UZ2Z5uPhos377GRnw/videos> . Acesso em: dezembro de 2020

Figura 15 e 16 – Internautas interagem com a página do TUTO no *Facebook*. Na outra imagem, agradecem o ritual de Ossayín e anunciam a próxima sessão com marinheiros



Disponível em: <https://www.facebook.com/associacaotuto/videos/592948817990682>, <https://tuto.pt/sessoes-umbanda-online/> e <https://www.youtube.com/channel/UCGgfZ9UZ2Z5uPhos377GRnw/videos> . Acesso em: dezembro de 2020

³⁴ Disponível em: <https://www.facebook.com/associacaotuto/videos/592948817990682>, <https://tuto.pt/sessoes-umbanda-online/> e <https://www.youtube.com/channel/UCGgfZ9UZ2Z5uPhos377GRnw/videos> .

3.8 O aviso da reabertura do terreiro, durante a flexibilização da pandemia, é colocado nas redes/TUTO na internet

Poucos dias depois, no dia 1 de junho de 2020, a *ialorixá* da casa, Sílvia Fernandes faz outro vídeo e disponibiliza no *Facebook* para a comunidade religiosa falando sobre a abertura da casa, que foi realizada no dia 6 de junho, recorrendo a todos os cuidados, utilização de máscara, distanciamento social, número reduzido de participantes, além do respeito a todas as normas da Direção Geral de Saúde/DGS:

“Olá a todos. Seja bem vindos ao Templo de Umbanda e Tenda de Oxóssi. Eu sou a Ialorixá e Yemesi . Estou aqui para vos comunicar que a partir do dia 6 de junho de 2020, estaremos então de portas abertas, a receber os nossos associados. O espaço onde iremos realizar as nossas seções é aqui, neste espaço verde, ao ar livre, para que possamos entrar em contacto com a natureza, para que possamos estar prevenidos e mantendo o distanciamento que é necessário para prevenir nossa saúde. Nós estaremos unidos convosco para podermos realizar então, as nossas seções de Umbanda aos nossos associados. Para poderem presenciar é necessário fazer a vossa reserva no site do Tuto, www.tuto.pt sessões, sessões presenciais. Fazer a reserva é essencial para poder estarem presentes. Embora nessa fase entre 6 de junho e 15 de julho é apenas, aberto aos associados e com limite a 10 pessoas. Por isso, somente 10 associados é que poderão estar presentes nas nossas sessões. Para poderem estar presentes deverão trazer máscara para que se possam prevenir num contato mais direto que haja para que não haja a possibilidade de qualquer contaminação. Para que todos nos sintamos protegidos uns dos outros. Não é nem tanto durante a sessão que será aqui ao ar livre. Estarão no distanciamento que é previsto por lei, neste momento. Todos nós teremos as providências de higiene, sanitárias, as providências sanitárias, necessárias para realizarmos as nossas sessões, mantendo o distanciamento, usando máscara, tendo desinfetantes, ou seja, é essencial para este momento e para nossa reabertura. Lembro, essa sessão 6 de junho é aberta, exclusivamente aos associados do TUTO e terão que fazer a vossa reserva no site para poderem presenciar a sessão. Contamos convosco na sessão de caboclos. Até 6 de junho”.³⁵

³⁵ Disponível em: <https://www.facebook.com/associacaotuto/videos/592948817990682>

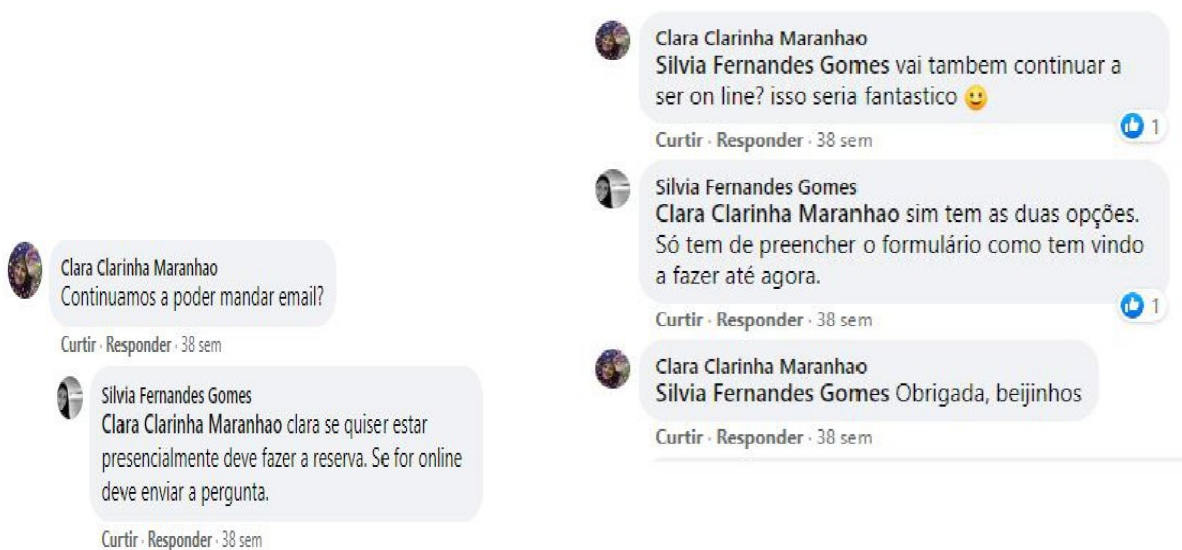
Figura 17 e 18 -Abertura do terreiro, e os procedimentos para participar presencialmente



1. deverá fazer a sua reserva, preenchendo o Formulário de Reserva das Sessões Presenciais até às 20:00 de sexta-feira: <https://tuto.pt/sessoes-de-umbanda-presenciais/>
 2. deverá AGUARDAR CONFIRMAÇÃO da reserva
 3. deverá chegar à hora marcada
 4. deverá aguardar no carro a sua chamada
 5. deverá manter os limites de distanciamento
 6. deverá ter o seu Kit de Proteção: máscara, viseira (opcional) e álcool
- 06 de Junho a 15 Junho (filhos 3)
Limite de 10 pessoas por sessão (Associados), poderão assistir à sessão completa com distanciamento previsto. Tem de fazer marcação/reserva.
- 16 Junho a 30 Junho (filhos 3)
Limite de 15 pessoas por sessão (10 Associados e 5 Não Associados), poderão assistir à sessão completa com distanciamento previsto. Tem de fazer marcação/reserva.
- 1 Julho a 31 Julho (filhos 6)
Limite de 20 pessoas por sessão (Associados e Não Associados), poderão assistir à sessão completa com distanciamento previsto. Tem de fazer marcação/reserva.
- 1 Agosto a 31 de Agosto (filhos 6)
Limite de 30 pessoas por sessão (Associados e Não Associados), poderão assistir à sessão completa com distanciamento previsto. Tem de fazer marcação/reserva.
- *Poderão existir alterações a qualquer momento.
- Veja o CALENDÁRIO TUTO <https://tuto.pt/calendario-das-sessoes-de->

<https://www.facebook.com/associacaotuto/videos/283861119410407>, <https://tuto.pt/sessoes-umbanda-online/>
<https://www.youtube.com/channel/UCGgfZ9UZ2Z5uPhos377GRnw/videos> Acesso em: dezembro de 2020

Figura 19 e 20 - Internautas perguntam, a Ialorixá responde



<https://www.facebook.com/associacaotuto/videos/283861119410407>, <https://tuto.pt/sessoes-umbanda-online/>
<https://www.youtube.com/channel/UCGgfZ9UZ2Z5uPhos377GRnw/videos> Acesso em: dezembro de 2020

3.9 O nosso olhar também vai para o site institucional

Quando abrimos a página do site do TUTO, é possível encontrar na aba superior informações do Templo, Dirigentes, Associados e Parceiros. Na segunda aba, vemos Sessões no TUTO, ses-

sões online (ao clicar aqui, o internauta pode assistir aos rituais, sessões, homenagens e ciclos doutrinários gravados e disponibilizados) e sessões presenciais. Na terceira aba, escola mediúnica e escola online. A primeira é destinada para as pessoas que queiram encontrar uma família espiritual e pretendam também desenvolver a mediunidade. Nessa mesma aba é possível se inteirar mais dos procedimentos de ingresso na escola mediúnica e da respetiva candidatura. O link da escola online é destinado para quem é associado do templo, exigindo que se coloque uma senha.

Na aba a seguir encontramos os eventos, disponibilizando informação para que o internauta fique a par das atividades desenvolvidas pelo terreiro. entre estas, chamamos a atenção para o Ebo Solstício, “que se constitui como um ritual antigo, utilizado na medicina tradicional africana e na religião yorubá para agradecer aos orixás as dádivas concedidas e para auxiliar na transmutação das energias da pessoa na busca por equilíbrio e felicidade”, como podemos ver no site <https://tuto.pt/ebo-solsticio-tratamento-espiritual-na-umbanda-no-tuto-em-aveiro/>, visto em dez.2020, na seção **Eventos**.

Nesse mesmo link de eventos podemos conferir as palestras, o ‘retiro-me’³⁶, as festas, o P’LO ÀSE³⁷ como um dia útil que se une ao agradável através de sessões na natureza, do convívio, da caminhada e das descobertas. O evento é gratuito e no site é possível ver a importância da partilha deste momento com a família e com os amigos. Quem estiver interessado, deve ainda submeter um formulário de inscrição na página, tendo também o número de telefone e e-mail para tirar as dúvidas.

A Associação sem fins lucrativos vai além do cunho espiritual, demonstrando, humanamente falando, o papel social que os grupos religiosos desempenham. Ao pesquisar o site, descobrimos na página os projetos com um cunho social, na perspectiva do auxílio de ordem material, espiritual, emocional ou físico, segundo as palavras do próprio terreiro. Na aba, Ação Social, é possível ver tarefas desempenhadas como: Apoio Tuto-Covid 19, em que os líderes da casa se disponibilizam para fazer compras às pessoas que não podem sair de casa, os idosos e doentes dos grupos de risco da zona de Aveiro. Uma frase termina com a missão de que tudo vai ficar bem: “Todos juntos vamos vencer o Covid 19”.

O link Sessões de Umbanda, oferece auxílio espiritual a todas as pessoas que procuram o templo. A atividade acontece anualmente todos os sábados (com exceção do primeiro sábado do mês), entre às 17h e às 19h.

Já no Mochila Solidária Moçambique em 2019, foram recolhidos produtos materiais escolares entregues à Associação Horizontes (que trabalha em colaboração com a Helpo). A atividade foi

³⁶ O retiro ajuda com sabedoria a dar as ferramentas necessárias para que no dia a dia consiga lidar com as adversidades de maneira distinta. O retiro tem atividades musicomeditativa, yoga, consulta de aconselhamento, terapias energéticas, caminhadas, entre outros.

³⁷ P’LO ÀSE, segundo informações do site, é uma sessão em plena natureza, convívio, caminhada, família, descoberta e mais. O evento é gratuito, sendo necessário apenas preencher um formulário para participar.

realizada no dia 19 de agosto de 2019. Os materiais recolhidos foram distribuídos a crianças moçambicanas no mês de setembro de 2019.

A campanha Vítimas dos Incêndios de 2017 foi realizada através de uma recolha de produtos de higiene e alimentação dos dias 22 de outubro até 4 de novembro de 2017. Como o próprio nome diz, a campanha foi direcionada as pessoas que perderam objetos por causa dos incêndios. Os materiais foram distribuídos a 30 famílias do distrito de Viseu. Com este gesto, mais uma vez, o TUTO mostra o comprometimento com as causas sociais, num constante gesto de solidariedade.

Sorrir é o próximo passo, era com essa denominação que os materiais didáticos foram levados às escolas Eb1 do Paço, além do que foi entregue à instituição “Obra da Criança”. O projeto durou entre 2012 e 2015.

Sopa Rica beneficiava 30 famílias pobres na zona da Gafanha da Nazaré, com cabazes de comida distribuídos semanalmente. O projeto começou em 2011 e durou até 2013.

Navegando ainda nas águas do site do TUTO, existe um link na parte superior da página, chamado Webteca Tuto, com arquivos que ajudam a compreender o universo da crença. Lá, encontra-se por exemplo: “informações sobre a Umbanda, as religiões Afro-Brasileiras, a espiritualidade, o desenvolvimento pessoal, em livros e vídeos. Também dispomos de uma Jornal “Mitos na Umbanda” que aborda os mitos da crença e a Revista Tuto, feita pelos àwon omo (médiuns/filhos da casa). A revista é anual e é publicada a cada mês de janeiro, desde o ano de 2015. Na publicação, temas como os orixás regentes do ano, a energia, o elemento, o simbolismo, a interpretação, as cores, as previsões para o ano que começa, os conselhos no aspecto geral, no amor, na família, na profissão e nos estudos, na saúde, na espiritualidade. E por fim, as recomendações.

Vemos também que na mesma seção, Webteca, o CD do terreiro será lançado brevemente com músicas originais tocadas no terreiro. Como parte integrante dessa seara tecnológica, o produto estará disponível nas plataformas digitais, segundo o aviso no site.

O TUTO conta também com o *Mitos na Umbanda*, nome do jornal gratuito que tem como objetivo desmistificar a Umbanda e suas crenças.

Para quem procura inteirar-se mais sobre o universo encantado da Umbanda, o site disponibiliza livros gratuitos em formato PDF para quem navega na página. Para citar alguns deles trazemos, *O Oráculo Sagrado de Ifá*, traduzido para o português por Òsulénkè, *Na Palma da minha mão: temas afro-brasileiros e questões contemporâneas*”, da autoria de Wilson Caetano de Souza Júnior, “*Lendas Africanas dos Orixás*”, de Pierre Verger, *Dicionário da Umbanda*, Altair Pinto, *Sabedoria de Preto Velho*, Robson Pinheiro e *A Divina Sabedoria dos Mestres: Um guia para a felicidade, alegria e paz interior*, Brian Weiss.

Logo em seguida, na seção dos filmes, temos acesso aos vídeos disponibilizados no site gratuitamente para qualquer usuário da internet. Na cinemateca, vemos: *A Feiticeira da Guerra*, *Besou-*

ro, *Jardim das Folhas Sagradas, A Ilha dos Escravos, Barravento, Prova de Fogo, A Deusa Negra (Ola Balogun, 1979), Tenda dos Milagres, Bahia de Todos os Santos, Quincas Berro D'Água.*

E para finalizar a seção, a galeria de fotos com as atividades do TUTO, os seus seguidores, os líderes religiosos, as famílias, e os seguidores da Umbanda.

Aqui, cabe uma adenda: por me encontrar a trabalhar a religião e a tecnologia, optei por tentar apresentar esse universo tão rico em termos de imagens através de uma seleção daquelas para esta tese. O sagrado e o digital, no sentido imagético, atribuem, como poucos setores, um grande poder às imagens e é por conta disso que fazemos questão de associar o que está a ser dito com as imagens oficiais disponíveis nos próprios canais públicos de comunicação das instituições. Para reforçar a nossa tese, apresentamos então os arquivos de imagens que podemos encontrar na Webteca do TUTO.

Figura 21 - Revista TUTO

Agora já pode encomendar a sua Revista TUTO:

Preencha o formulário completo e de seguida receberá a informação para realizar o pagamento.


Envie o comprovativo de pagamento para o geral@tuto.pt

Após a recebermos o comprovativo de pagamento poderá levantar a sua revista na sede do TUTO ou nós enviamos por correio (acrescer portes de envio).

A sua encomenda está sujeita ao stock existente, não aceitamos devoluções e não devolvemos qualquer quantia já paga.


Encomende a sua revista...

Revista TUTO 2020




ÍNDICE	
Introdução	01
Relatório de 2019	02
Relatório de 2020	03
Relatório de 2021	04
Relatório de 2022	05
Relatório de 2023	06
Relatório de 2024	07
Relatório de 2025	08
Relatório de 2026	09
Relatório de 2027	10
Relatório de 2028	11
Relatório de 2029	12
Relatório de 2030	13
Relatório de 2031	14
Relatório de 2032	15
Relatório de 2033	16
Relatório de 2034	17
Relatório de 2035	18
Relatório de 2036	19
Relatório de 2037	20
Relatório de 2038	21
Relatório de 2039	22
Relatório de 2040	23
Relatório de 2041	24
Relatório de 2042	25
Relatório de 2043	26
Relatório de 2044	27
Relatório de 2045	28
Relatório de 2046	29
Relatório de 2047	30
Relatório de 2048	31
Relatório de 2049	32
Relatório de 2050	33
Relatório de 2051	34
Relatório de 2052	35
Relatório de 2053	36
Relatório de 2054	37
Relatório de 2055	38
Relatório de 2056	39
Relatório de 2057	40
Relatório de 2058	41
Relatório de 2059	42
Relatório de 2060	43
Relatório de 2061	44
Relatório de 2062	45
Relatório de 2063	46
Relatório de 2064	47
Relatório de 2065	48
Relatório de 2066	49
Relatório de 2067	50
Relatório de 2068	51
Relatório de 2069	52
Relatório de 2070	53
Relatório de 2071	54
Relatório de 2072	55
Relatório de 2073	56
Relatório de 2074	57
Relatório de 2075	58
Relatório de 2076	59
Relatório de 2077	60
Relatório de 2078	61
Relatório de 2079	62
Relatório de 2080	63
Relatório de 2081	64
Relatório de 2082	65
Relatório de 2083	66
Relatório de 2084	67
Relatório de 2085	68
Relatório de 2086	69
Relatório de 2087	70
Relatório de 2088	71
Relatório de 2089	72
Relatório de 2090	73
Relatório de 2091	74
Relatório de 2092	75
Relatório de 2093	76
Relatório de 2094	77
Relatório de 2095	78
Relatório de 2096	79
Relatório de 2097	80
Relatório de 2098	81
Relatório de 2099	82
Relatório de 2100	83
Relatório de 2101	84
Relatório de 2102	85
Relatório de 2103	86
Relatório de 2104	87
Relatório de 2105	88
Relatório de 2106	89
Relatório de 2107	90
Relatório de 2108	91
Relatório de 2109	92
Relatório de 2110	93
Relatório de 2111	94
Relatório de 2112	95
Relatório de 2113	96
Relatório de 2114	97
Relatório de 2115	98
Relatório de 2116	99
Relatório de 2117	100

Revista TUTO 2019




ÍNDICE	
Introdução	01
Relatório de 2018	02
Relatório de 2019	03
Relatório de 2020	04
Relatório de 2021	05
Relatório de 2022	06
Relatório de 2023	07
Relatório de 2024	08
Relatório de 2025	09
Relatório de 2026	10
Relatório de 2027	11
Relatório de 2028	12
Relatório de 2029	13
Relatório de 2030	14
Relatório de 2031	15
Relatório de 2032	16
Relatório de 2033	17
Relatório de 2034	18
Relatório de 2035	19
Relatório de 2036	20
Relatório de 2037	21
Relatório de 2038	22
Relatório de 2039	23
Relatório de 2040	24
Relatório de 2041	25
Relatório de 2042	26
Relatório de 2043	27
Relatório de 2044	28
Relatório de 2045	29
Relatório de 2046	30
Relatório de 2047	31
Relatório de 2048	32
Relatório de 2049	33
Relatório de 2050	34
Relatório de 2051	35
Relatório de 2052	36
Relatório de 2053	37
Relatório de 2054	38
Relatório de 2055	39
Relatório de 2056	40
Relatório de 2057	41
Relatório de 2058	42
Relatório de 2059	43
Relatório de 2060	44
Relatório de 2061	45
Relatório de 2062	46
Relatório de 2063	47
Relatório de 2064	48
Relatório de 2065	49
Relatório de 2066	50
Relatório de 2067	51
Relatório de 2068	52
Relatório de 2069	53
Relatório de 2070	54
Relatório de 2071	55
Relatório de 2072	56
Relatório de 2073	57
Relatório de 2074	58
Relatório de 2075	59
Relatório de 2076	60
Relatório de 2077	61
Relatório de 2078	62
Relatório de 2079	63
Relatório de 2080	64
Relatório de 2081	65
Relatório de 2082	66
Relatório de 2083	67
Relatório de 2084	68
Relatório de 2085	69
Relatório de 2086	70
Relatório de 2087	71
Relatório de 2088	72
Relatório de 2089	73
Relatório de 2090	74
Relatório de 2091	75
Relatório de 2092	76
Relatório de 2093	77
Relatório de 2094	78
Relatório de 2095	79
Relatório de 2096	80
Relatório de 2097	81
Relatório de 2098	82
Relatório de 2099	83
Relatório de 2100	84
Relatório de 2101	85
Relatório de 2102	86
Relatório de 2103	87
Relatório de 2104	88
Relatório de 2105	89
Relatório de 2106	90
Relatório de 2107	91
Relatório de 2108	92
Relatório de 2109	93
Relatório de 2110	94
Relatório de 2111	95
Relatório de 2112	96
Relatório de 2113	97
Relatório de 2114	98
Relatório de 2115	99
Relatório de 2116	100

Revista TUTO 2018



ÍNDICE	
Introdução	01
Relatório de 2017	02
Relatório de 2018	03
Relatório de 2019	04
Relatório de 2020	05
Relatório de 2021	06
Relatório de 2022	07
Relatório de 2023	08
Relatório de 2024	09
Relatório de 2025	10
Relatório de 2026	11
Relatório de 2027	12
Relatório de 2028	13
Relatório de 2029	14
Relatório de 2030	15
Relatório de 2031	16
Relatório de 2032	17
Relatório de 2033	18
Relatório de 2034	19
Relatório de 2035	20
Relatório de 2036	21
Relatório de 2037	22
Relatório de 2038	23
Relatório de 2039	24
Relatório de 2040	25
Relatório de 2041	26
Relatório de 2042	27
Relatório de 2043	28
Relatório de 2044	29
Relatório de 2045	30
Relatório de 2046	31
Relatório de 2047	32
Relatório de 2048	33
Relatório de 2049	34
Relatório de 2050	35
Relatório de 2051	36
Relatório de 2052	37
Relatório de 2053	38
Relatório de 2054	39
Relatório de 2055	40
Relatório de 2056	41
Relatório de 2057	42
Relatório de 2058	43
Relatório de 2059	44
Relatório de 2060	45
Relatório de 2061	46
Relatório de 2062	47
Relatório de 2063	48
Relatório de 2064	49
Relatório de 2065	50
Relatório de 2066	51
Relatório de 2067	52
Relatório de 2068	53
Relatório de 2069	54
Relatório de 2070	55
Relatório de 2071	56
Relatório de 2072	57
Relatório de 2073	58
Relatório de 2074	59
Relatório de 2075	60
Relatório de 2076	61
Relatório de 2077	62
Relatório de 2078	63
Relatório de 2079	64
Relatório de 2080	65
Relatório de 2081	66
Relatório de 2082	67
Relatório de 2083	68
Relatório de 2084	69
Relatório de 2085	70
Relatório de 2086	71
Relatório de 2087	72
Relatório de 2088	73
Relatório de 2089	74
Relatório de 2090	75
Relatório de 2091	76
Relatório de 2092	77
Relatório de 2093	78
Relatório de 2094	79
Relatório de 2095	80
Relatório de 2096	81
Relatório de 2097	82
Relatório de 2098	83
Relatório de 2099	84
Relatório de 2100	85
Relatório de 2101	86
Relatório de 2102	87
Relatório de 2103	88
Relatório de 2104	89
Relatório de 2105	90
Relatório de 2106	91
Relatório de 2107	92
Relatório de 2108	93
Relatório de 2109	94
Relatório de 2110	95
Relatório de 2111	96
Relatório de 2112	97
Relatório de 2113	98
Relatório de 2114	99
Relatório de 2115	100

Revista TUTO 2017



ÍNDICE	
Introdução	01
Relatório de 2016	02
Relatório de 2017	03
Relatório de 2018	04
Relatório de 2019	05
Relatório de 2020	06
Relatório de 2021	07
Relatório de 2022	08
Relatório de 2023	09
Relatório de 2024	10
Relatório de 2025	11
Relatório de 2026	12
Relatório de 2027	13
Relatório de 2028	14
Relatório de 2029	15
Relatório de 2030	16
Relatório de 2031	17
Relatório de 2032	18
Relatório de 2033	19
Relatório de 2034	20
Relatório de 2035	21
Relatório de 2036	22
Relatório de 2037	23
Relatório de 2038	24
Relatório de 2039	25
Relatório de 2040	26
Relatório de 2041	27
Relatório de 2042	28
Relatório de 2043	29
Relatório de 2044	30
Relatório de 2045	31
Relatório de 2046	32
Relatório de 2047	33
Relatório de 2048	34
Relatório de 2049	35
Relatório de 2050	36
Relatório de 2051	37
Relatório de 2052	38
Relatório de 2053	39
Relatório de 2054	40
Relatório de 2055	41
Relatório de 2056	42
Relatório de 2057	43
Relatório de 2058	44
Relatório de 2059	45
Relatório de 2060	46
Relatório de 2061	47
Relatório de 2062	48
Relatório de 2063	49
Relatório de 2064	50
Relatório de 2065	51
Relatório de 2066	52
Relatório de 2067	53
Relatório de 2068	54
Relatório de 2069	55
Relatório de 2070	56
Relatório de 2071	57
Relatório de 2072	58
Relatório de 2073	59
Relatório de 2074	60
Relatório de 2075	61
Relatório de 2076	62
Relatório de 2077	63
Relatório de 2078	64
Relatório de 2079	65
Relatório de 2080	66
Relatório de 2081	67
Relatório de 2082	68
Relatório de 2083	69
Relatório de 2084	70
Relatório de 2085	71
Relatório de 2086	72
Relatório de 2087	73
Relatório de 2088	74
Relatório de 2089	75
Relatório de 2090	76
Relatório de 2091	77
Relatório de 2092	78
Relatório de 2093	79
Relatório de 2094	80
Relatório de 2095	81
Relatório de 2096	82
Relatório de 2097	83
Relatório de 2098	84
Relatório de 2099	85
Relatório de 2100	86
Relatório de 2101	87
Relatório de 2102	88
Relatório de 2103	89
Relatório de 2104	90
Relatório de 2105	91
Relatório de 2106	92
Relatório de 2107	93
Relatório de 2108	94
Relatório de 2109	95
Relatório de 2110	96
Relatório de 2111	97
Relatório de 2112	98
Relatório de 2113	99
Relatório de 2114	100

Formulário para aquisição da Revista TUTO

<https://tuto.pt/jornal-e-revista-do-templo-de-umbanda-tenda-de-oxossy-em-aveiro/> Acesso em: março de 2021

Figura 22 - Jornal “Mitos da Umbanda”

O TUTO tem ao seu dispor um jornal chamado “Mitos na Umbanda”. Este jornal é totalmente gratuito e tem como objetivo divulgar e desmistificar a Umbanda e as suas crenças.

Partilhe o jornal “Mitos na Umbanda” com os seus amigos. Obrigado!

Adquira o Jornal...



<https://tuto.pt/jornal-e-revista-do-templo-de-umbanda-tenda-de-oxossy-em-aveiro-2/> Acesso em: março de 2021

Figura 23 e 24 - Galeria de fotos e vídeos

Galeria de Fotos



<https://tuto.pt/galeria-de-fotos-e-videos-do-templo-de-umbanda-tenda-de-oxossy-em-aveiro/> Acesso em: março de 2021

Galeria de Vídeos



Morada:
Rua dos Poissos, Aveiro, Portugal



Telefone:
[+351] 917193362



Email:
geral@tuto.pt

<https://tuto.pt/galeria-de-fotos-e-videos-do-templo-de-umbanda-tenda-de-oxossy-em-aveiro/> Acesso em: março de 2021

Noutra aba, na parte superior da página, nas ‘Frequently Asked Questions’ (FAQs), disponível no link: <https://tuto.pt/perguntas-frequentes-sobre-a-umbanda-orixas-entidades-religiao/> diz-se que na Umbanda não há um credo específico, há uma união de credos indígenas, caboclos, católicos, afro, espíritos da influência da linhagem Kardecista. Na Umbanda não há um Deus, há a unificação de vários deuses, num só, numa força, na energia: “Na Umbanda há progresso, crescimento, evolução, paz, união, caridade e amor”.

Nas perguntas mais frequentes vemos uma que é bem recorrente quando se fala na crença. “Em que acreditam os Umbandistas”? A resposta trazida pelo site é: “A fé crê num só Deus chamado Òlódùnmàrè (origem Yorùbá), que criou os àwon Òrìsà (Orixás), que por sua vez o auxiliaram na criação do universo, incluindo o planeta Terra e todos os seres. Os àwon Òrìsà (Orixás) deixaram parte da sua essência neste planeta e, por isso, Iyemojá (Iemanjá) encontra-se representada no mar, Òsún (Oxum) na cachoeira, Ògún (Ogum) no vulcão e Sàngó (Xangô) na pedreira, mas essa mesma essência também está presente na criação do próprio homem, moldando a sua cabeça e dando origem à sua personalidade, caracterizando a sua essência”, nos traz o recorte do site.

E ainda, lemos também que os orixás são os responsáveis pelas coisas na terra, nomeadamente por cuidar e gerir determinadas áreas da vida dos humanos, como a justiça, a família, a saúde, entre outras, e por isso recorremos a eles sempre que se necessita de auxílio, de uma ajuda. A Umbanda acredita na reencarnação, no pré-destino, nas profecias, na lei do retorno, no Karma, na energia universal, no infinito, na comunicação entre o céu e a terra. Na secção ainda das FAQs é possível encontrar informações sobre as diferenças das Umbandas que sistematizamos no quadro abaixo:

Tabela 4 - Quadro sobre as diferenças das Umbandas, segundo o TUTO

Umbanda Popular	Umbanda Tradicional	Umbanda Branca	Umbanda de mesa branca	Umbanda Omolokô	Umbanda Traçada ou Umbandomblé	Umbanda Esotérica	Umbanda Iniciática
Praticada antes de Zélio (1908) e era conhecida como macumba ou candomblé de caboclos.	Oriunda de Zélio Ferdinando de Moraes desde 1908	Nesta linha trabalha-se com entidades de caboclos, pretos-velhos e crianças. Livros espíritas co-	Ligado aos mentores de cura	Misto entre o culto aos orixás e o trabalho direcionado as entidades	Sacerdote iniciado na Umbanda e no Candomblé. Ora ele vira para um, ora para outra em ses-	Segmentos oriundos de Oliveira Magno, Emanuel Zespo e o W.W. da Matta (Mestre Yapaca-	Fundamentada pelo Mestre Rivas Neto (Escola de Síntese Conduzida por Yamunisiddha Arhapiaga), onde

Sincretismo com os santos católicos associados aos orixás africanos.		mo fontes da doutrina são encontrados.			sões diferenciadas.	ny), em que intuitivamente a Umbanda como: Aumbhandan: “Conjunto de Leis Divinas”.	há a busca de uma convergência doutrinária, o ponto de convergência e síntese. Influência oriental, com a utilização de mantras indianos e utilização do Sânscrito.
--	--	--	--	--	---------------------	--	---

Umbanda de Caboclo	Umbanda de Pretos-Velhos	A Umbanda Universal é a praticada no TUTO
Influenciada pela cultura indígena brasileira com o foco nas entidades conhecidas como Caboclos	Influenciada pela cultura africana, onde se encontram os elementos sincréticos. Esta Umbanda é regida pelos Pretos.Velhos	Baseando-se nas raízes africanas da religião Yorùbá, no respeito a qualquer religião, qualquer crença, tendo como objetivo auxiliar o ser humano a ter uma vida mais equilibrada a nível material e espiritual. Reverencia os orixás e trabalha as entidades: Pretos Velhos, Mentores de Cura, Exús, Exú Mirim, Caboclos, Boia-deiros, Marinheiros, Cangaceiros, Baianos, Malandros, Ciganos, Crianças, Xamãs e todos os espíritos de luz, que trabalham através da psicografia. Os rituais assemelham-se ao culto africano, mas os cortes realizados são feitos com Pemba.

Quadro construído com as informações disponíveis no site do TUTO. Disponível em: <https://tuto.pt/perguntas-frequentes-sobre-a-umbanda-orixas-entidades-religiao/#1546555283062-5ce99900-3683>. Acesso em dezembro de 2020

Como parte integrante do site do TUTO, há um calendário atualizado com as atividades para quem deseja participar. O nosso recorte foca-se no calendário de 2021, em virtude da quantidade de atividades realizadas pelo terreiro. Para os internautas que andam à procura de conhecer um pouco

nho mais o trabalho e participar das atividades, é possível ver o dia e o horário, conforme o *print screen* abaixo:

Figura 25 - Calendário TUTO

2021 Março						
<						>
Seg	Ter	Qua	Qui	Sex	Sáb	Dom
1	2	3 Escola Mediúnica TUTO	4	5	6	7
8	9	10 Escola Mediúnica TUTO	11	12	13 Sessão de Umbanda: Ciganos	14
15	16	17 Ciclos Doutrinários - TUTO ONLINE	18	19 Sessão de Umbanda: Marinheiros	20	21
22	23	24 Escola Mediúnica TUTO	25	26	27 Sessão de Umbanda: Caboclos	28
29	30	31 Sessão de Umbanda: Cura				

<https://tuto.pt/calendario-das-sessoes-de-umbanda-no-tuto-em-aveiro/>. Acesso em: março de 2021

O Terreiro nasceu em janeiro de 2009, já dá os primeiros passos num tempo em que estar na internet simboliza produzir sentido que extravasa os muros dos templos de pedra. A constatação ganha corpo quando começamos a avaliar as páginas nas redes sociais, no YouTube, no próprio site da instituição. Vemos explicitamente que o conteúdo é produzido estrategicamente para o digital. Podemos dizer que a adoção desses espaços para propagar as mensagens, também foi reforçado pelo ano em que a instituição nasceu. Na primeira década de 2000 já existiam várias pesquisas sobre a eficiência comprovada da internet, quando os grupos conseguem utilizá-la para os devidos fins. Além desse ponto, o público que segue uma crença consegue lidar bem com a “familiaridade” e espírito comunitário propiciado pela tecnologia.

Maranhão Filho (2012) entende “que uma igreja que se recusa a entrar na internet não vai dar conta de ser fiel à sua mensagem”. Sendo assim, o ciberespaço pode ser entendido como meio utilizado por indivíduos e igrejas para se colocarem no mundo, com o intuito de compartilhar experiências, ganhar visibilidade e aumentar o número de seguidores, mesmo que virtual. Com efeito, a

jovialidade dos líderes religiosos é patente e viabiliza uma profícua interação com os ciber-fíéis como se estivessem nos espaços físicos, atribuindo à plataforma digital uma importante função na propagação dos postulados teológicos da instituição e na ampliação proselitista de suas doutrinas.

Obviamente, como nos propomos, neste trabalho de pesquisa, a lançar um olhar “recortado” para a atuação da Umbanda e Candomblé em Portugal através de 5 grupos, nos seus espaços digitais, cabe-nos fazer uma certa digressão sobre o que entendemos como ciberfiel. De forma geral, o ciberfiel é apreendido como o indivíduo que utiliza os espaços digitais para fazer/refazer suas práticas de fé, expressas por meio de diversas manifestações do religioso, disponibilizadas também nos espaços online. Como propõe Sbardeloto (2012, p.1-2) na análise dessas novas relações:

Existe hoje, por meio das tecnologias digitais e da internet, a configuração de um novo tipo de interação comunicacional religiosa. Com o surgimento de uma nova ambiência social, impulsionada pelo desenvolvimento de tecnologias comunicacionais digitais e online, estabelece-se uma interação entre o fiel – por meio da internet – com elementos de sagrado, o que possibilita uma experiência espiritual religiosa por meio da Rede. Ou seja, as pessoas passam a encontrar uma oferta da fé não apenas nas igrejas de pedra, nos sacerdotes de carne e osso e nos rituais palpáveis, mas também na religiosidade existente e disponível nos bits e pixels da internet. O fiel, onde quer que esteja, quando quer que seja – diante de um aparelho conectado à internet –, desenvolve um novo vínculo com o transcendente e um novo ambiente de culto.

Nesse sentido, defendemos que, ao participar das interações geradas por ele e nesses locais, o fiel constitui sua nova acepção do que é viver a dimensão religiosa na contemporaneidade pela mediação que ocorre nas plataformas digitais. Portanto, os ciber-fíéis não são apenas navegadores conectados em redes que utilizam esses locais para demonstrar afinidades com as crenças que se aproximam do seu jeito de enxergar as “coisas do alto”, mas são, principalmente, indivíduos que vivem (de forma imersiva ou não³⁸) a experiência virtual da fé, da participação comunitária, do compartilhamento solidário, da reclusão para orações mediadas pelos conteúdos digitais ou pelas possibilidades interativas com seus “irmãos” de crença. A ida às igrejas para “cultuar” pode ser substituída, satisfatoriamente, pela transmissão (ao vivo ou não) da mensagem religiosa. Os momentos de angústia podem ser compartilhados, de forma explícita, nas mensagens das redes sociais, com ampla manifestação de irmãos por meio de curtidas e comentários: vive-se digitalmente a *koinonia*³⁹. A presença nos templos pode ser compensada com uma imagem nas contas que a igreja alimenta na internet. Ações que eram do âmbito religioso individual e físico adquirem força pública, num processo que pode ser considerado de hibridização entre o tradicional e o digital, na medida em que a prática tradicional é executada através da mediação do recurso digital religioso.

³⁸ Segundo SANTAELLA (2004, p.182), a imersão que a internet proporciona no momento em que o internauta navega, independentemente dos conteúdos por ele acessados, é marcado por um ritmo acelerado de ações responsáveis em levá-lo a se movimentar de formamultiativa, porque exige que ele realize diversas operações ao mesmo tempo (observar, absorver, entender, reconhecer, buscar, escolher, elaborar e agir).

³⁹ Palavra grega que significa comunhão: expressão recorrente na igreja cristã para referendar a participação, o companheirismo, a comunicação, que estimula a prática do compartilhar.

No caso dos terreiros, o espaço simultâneo entre o on-line e o off-line, amplia enormemente a vivência religiosa dos fiéis - destes que à primeira vista, parecem numericamente superiores na web do que nos templos. A própria presença maciça dos líderes, a Ialorixá e o Babalorixá e outros pais de santo (em grande medida adultos que gerem bem as tecnologias), demonstra bem a agilidade e eficiência na utilização das plataformas digitais, viabilizando a multiplicidade de canais pessoais em rede com os das igrejas físicas. A Ialorixá, Sílvia Fernandes, e outros umbandistas e candomblecistas têm páginas pessoais e estão à disposição para responder os questionamentos dos ciber-fiéis a qualquer hora, em qualquer lugar, gerando proximidade e vínculos que, anteriormente, só eram possíveis nas convivências restritas ao mesmo espaço geográfico. Sendo assim, esses mesmos ciber-fiéis que buscam ter as dúvidas respondidas, as angústias “momentaneamente satisfeitas”, recorrem ao ambiente digital e criam nele, uma espécie de ciber-religião, que entendemos aqui como práticas e crenças desenvolvidas em comunidades construídas no espaço online, com especificidades próprias.

Para Bronsztein e Freire (2013), essa reflexão incorre da presença dos elementos “religião” e “fiel” na web, olhando igualmente para os lugares de convergência das práticas (comunidades), nas quais ocorrem a partilha da experiência religiosa, a participação na construção do pensamento, as interações e os fluxos de informações. Todas essas questões são condicionantes e convergentes para transformação dos atos de fé e relacionamentos através das comunidades digitais, compondo o lugar desses encontros no ambiente web, que percebemos como ciberigrejas. O ciber-terreiro umbandista demonstra como novas formas de vivência religiosa conseguem investir menos nos meios de comunicação tradicionais e mais no uso de mídia com linguagens joviais, contemporâneas, com destaque para a internet.

A ênfase no digital durante a pandemia, surge como uma questão de continuidade nos trabalhos do sagrado e aparecem também como medidas futuristas, que vieram para continuar. Os grupos mais distantes das plataformas, definitivamente, reinventaram-se para estar a dias e horas produzindo vídeos e respondendo aos ciber-fiéis num constante exercício de agilidade. Os novos suportes otimizam o tempo, o uso, a partir de estratégias de marketing empresarial, com métricas, monitorizações, planos estratégicos e análise de resultados.

O que tem chamado a nossa atenção, sobretudo, é o investimento concreto e eficaz da Umbanda e do Candomblé, em Portugal, para tentar adequar-se às demandas latentes do mercado, com recursos, ainda pequenos, disponibilizados em grande parte pela internet. Nesse sentido, concordamos com Maranhão Filho 2010 quando diz que tais indivíduos (os ciber-fiéis) se inserem num ambiente próprio deste tempo, ao naturalizar o uso dos recursos audiovisuais e midiáticos e ao se aperceberem da relação com o outro através de representações geralmente associadas à imagem, ao espetáculo e ao mercado.

Na “sociedade da comunicação generalizada” (VATTIMO, 1992, p. 7), demarcada por uma nova ambiência sociocomunicacional (cf. Gomes, 2008), teremos, no contexto contemporâneo, inúmeros agentes sociais conectados que propagam comunicacionalmente as competências de diversos setores sociais e incluímos aqui o religioso, para além dos padrões definidos pela ação das corporações que correspondem aos grupos de media e as indústrias. Trata-se de uma “virada mediática”, enfatizada por um “grau historicamente único” de integração do tecnológico e do sociocultural” (FRIESEN & HUG, 2009, p.65 APUD Sbardelotto, 2016, p. 71). Para Sbardelotto (2016), no processo chamado de mediatização, as condições de possibilidade de interação humana, de comunicação social e de organização societal passam a ser condicionadas (não necessariamente determinadas) por lógicas e dinâmicas mediáticas. E isso também diz respeito às práticas sociais de instituições como a Igreja e da sociedade como um todo na sua relação com os grupos religiosos de matrizes afro, como a Umbanda e como o Candomblé, por exemplo.

Na opinião de Véron (2011 APUD Sbardelotto, 2016, p. 72) a mediatização seria até uma “disposição da espécie” humana, “uma das dimensões fundamentais do processo de especiação dos sapiens” e da “evolução das sociedades humanas” (ibid., 2012), como sistema auto-organizante da construção de sentido, envolvendo a materialização e a exteriorização de processos cognitivos, em diversas configurações históricas. Dito isso, a mediatização não é um fenómeno novo, mas um fundamento da própria comunicação humana (ROTHENBUHLER, 2009). Caminhando nessa direção, ressaltamos que

todas as sociedades contruídas pelo *homo sapiens* sempre foram e sempre serão sociedades mediatizadas (...). Pensar que hoje vivemos numa sociedade mediatizada e que os nossos antepassados não viviam em sociedades mediatizadas é um absurdo e mostra que não entendemos nada do que é a experiência humana, enquanto experiência de um ser vivo que, para sobreviver, tem que construir o seu próprio mundo, e por isso a sua experiência do mundo é sempre mediatizada por dispositivos que está “condenado” a inventar. (RODRIGUES, 2013, s/p)

Compartilhamos da opinião de GOMES (2013, p. 136), segundo a qual a mediatização “estrutura-se como um processo social mais complexo que traz no seu bojo os mecanismos de produção de sentido social”, que ultrapassa os momentos históricos e evidenciam a complexificação das manifestações da mediatização, que a tornam empiricamente observável nas práticas sociais.

Dando seguimento às nossas análises, no mês de julho de 2020, avaliamos as postagens da ATUPO, Templo de Umbanda Pai Oxala, localizado em Braga, no norte de Portugal. Entre as postagens vistas, citamos como por exemplo: Gira de Ciganos, Gira de Boiadeiros, Gira de Esquerda, Exú e Gira de Baianos.

3.10 ATUPO no Facebook

Como uma das nossas propostas no corpus é também avaliar a página do Templo de Umbanda Pai Oxala (ATUPO), vamos nas próximas linhas fazer uma análise do *Facebook* da instituição, no período de tempo entre julho e dezembro de 2020. A escolha foi uma sequência do que já havíamos avaliado anteriormente no Templo de Umbanda Tenda de Oxossi (TUTO), de Aveiro.

A página da ATUPO, foi criada no dia 17 de novembro de 2011 e conta com 19.164 seguidores e 18.693 curtidas e 186 pessoas fizeram ‘check-in’ no terreiro, localizado na Rua do Carvalho, Ferreiros, Póvoa de Lanhoso, em Braga, no norte de Portugal. Na página do *Facebook*, que se define como uma Organização religiosa, vemos a presença de um link com um site: www.umbanda.pt e um e-mail: mail@atupo.com. Os ciber-féis também podem enviar mensagem direta pelo Messenger do próprio Facebook e contactar com a organização.

No dia 4 de julho de 2020, dia em que o terreiro realizou a Gira de Ciganos com inscrições prévias e limitadas, devido às medidas de restrição da pandemia, os responsáveis por alimentar a página disponibilizaram aos internautas uma imagem de uma cigana, com o seguinte texto:

Ela, Cigana.
Sou mulher do tempo, guiada pelo vento;
sou mulher do Sol e amante da Lua;
sou mulher da rua.
Sou mulher da luz e da escuridão,
minha casa é a imensidão.
Sou feiticeira antigamente perseguida,
mas ainda, por muitos, temida.
Sou andarilha sempre em busca,
guerreira sempre na luta.
Sou mulher de escolhas e de opinião,
vejo o destino na palma da mão.
Sou mulher de muitas diretrizes,
traçadas por minhas cicatrizes.
Sou mulher de corpo frágil,
mas de alma forte.
Sou a força de toda uma vida
e prova da inexistência da morte.
Se um dia eu cruzar seu caminho agradeça, moço,
poucos têm essa sorte.⁴⁰

⁴⁰ Disponível em: <https://www.facebook.com/umbanda.portugal>

Figura 26 e 27 Ritual cigano e comentários que dizem respeito



<https://www.facebook.com/umbanda.portugal> Acesso em: dezembro de 2020.

A publicação contou com 380 curtidas entre emojis de corações, força e coragem, 36 comentários e 43 compartilhamentos. Os usuários em sua maioria, sauda o povo cigano, com as expressões típicas: “Optcha Orio, Salve o Povo Cigano”, como podemos ver no print screen acima. Como por exemplo, o comentário de Lili Carvalho, “Salve o Povo Cigano, filhos do Vento!!! Salve Santa Sari Kali, padroeira do povo cigano”. Logo em seguida, Vera Duarte coloca: “Axé salve agradeço sei que vai estar sempre em meu caminho salve meus queridos ciganos salve minha querida cigana amo muito vocês”. Paula Sampaio expressa-se assim: “Optcha Orío, Salve a caravana da alegria”, seguido de emojis contendo três girassóis. Clarisse Maria Ribeiro, por sua vez, através das letras em caixa alta e do ponto de exclamação no final das palavras, expressa o sentimento: “Boa tarde, ADOREI, ADOREI, ADOREI MESMO. OBRIGADO.....!!!”

Observamos que não há interação direta, entre os responsáveis por publicar o conteúdo, a liderança da casa, e os ciber-fielis. Os *posts* são colocados por forma a que qualquer pessoa tenha acesso, seja ela ou não seguidora da página; vemos os comentários mas relevantes, definidos anteriormente por quem alimenta a página, sendo líder religioso ou alguém designado por ele (há um filtro da mensagem que é aplicado), estando disponível para os internautas aqueles posts em que os comentários apresentam tons agradáveis, tons de concordância e otimismo em relação ao trabalho feito pelo terreiro. É possível ainda, observarmos também quem compartilhou os *posts*.

Dois dias depois, em 6 de julho, a página disponibiliza um aviso/informação, dizendo que a partir da semana de que estamos falando, o formulário de inscrições para os trabalhos passa a ser disponibilizado à quarta-feira, pelas 8h. O formulário e as regras de inscrição estão disponíveis no site da ATUPO em: www.atupo.com. Um *post* simples, apenas com uma imagem de boiadeiros, rendeu 103 curtidas e corações, com dois comentários e cinco compartilhamentos. O único comentário que conseguimos ver é o de Cícera Karla, que consiste numa bonequinha de cabelo rosa com o coração nas mãos, uma das opções de imagem oferecidas pelo próprio *Facebook*.

Nesse mesmo dia, 6 de julho, a casa publicou duas informações. Na segunda, o texto recebe o título: ‘Umbandista em extinção’.

“Se você, ao entrar em um terreiro pede licença e saúda os assentamentos e firmezas da casa;
Se você, ao ficar diante de um Preto Velho se ajoelha e pede sua benção;
Se você, ao se afastar de um guia ou do altar, sai de costas e permanece de frente para o altar;
Se Você, ao conversar com uma entidade, se curva e abaixa o olhar em sinal de respeito;
Se você, ao tomar passe, agradece de coração a entidade que o atendeu;
Se você, ao ganhar de um guia um gole de sua bebida, pega sempre o copo com as duas mãos;
Se você, ao ser convocado para um trabalho difícil, não se envaidece e se prepara com amor;
Se você, ao ser corrigido por seu Pai/Mãe de santo não se enfurece, mas entende que é para sua evolução;
Se você, ao encontrar seu Pai/Mãe de santo, toma sua benção, seja onde for;
Se você, ao cantar determinados pontos de umbanda ainda se emociona como no início;
Se você, ao perceber um erro de alguém, não critica, mas procura orientar da forma adequada;
Se você, ao não entender um ensinamento ou doutrina, questiona, pergunta, ao invés de fingir que entendeu;
Se você, ao ouvir comentários desnecessários dentro do terreiro os ignora e não se envolve;
Se você ao faltar a gira ou em algum trabalho, pede desculpas aos seus guias por sua falta;
Se você ao fim de um culto ou trabalho fica feliz e ansioso pelos próximos;
Se você ao se sentir fraco, busca à ajuda de sua casa ao invés de se afastar dela;
Se você ao presenciar algum problema em sua casa, não se omite e toma as devidas providências, mostrando-se atuante;
Se você preocupa-se tanto com o seu próprio desenvolvimento quanto com o dos outros;
Se você tem respeito e amor verdadeiro por sua casa, e entende o quão é difícil em vários momentos mantê-la...
PARABÉNS POR SUA POSTURA. MAS CUIDADO! VOCÊ É UM UMBANDISTA EM EXTINÇÃO...”

Texto: Autor Desconhecido

Foto: Hugo Caboclo⁴¹

Junto com uma imagem que representa o Pegi, o santuário umbandista com várias representações de entidades como Oxalá (Jesus Cristo) de branco, em uma parte mais alta, na parte de baixo,

⁴¹ Disponível em: <https://www.facebook.com/umbanda.portugal>

Nossa Senhora Aparecida, Iemenjá, Caboclo, Preto-Velho, Ogum, entre outros com as cores de cada um, cores utilizadas em cada cerimônia como maneira simbólica de representatividade das forças ocultas, sendo importante a escolha de cada uma para organização dos rituais, escolhas de roupa, elaboração do cenário da festa, figurino dos participantes. Os instrumentos utilizados por estas entidades estão também disponíveis na imagem, como a flor branca, o tridente, cachimbo, o terço.

A postagem acumulou 418 curtidas, emojis de corações e coragem, 18 comentários e 54 compartilhamentos. Entre os comentários, trazemos o de Neyde Rosner: “Muito bom vamos aprender, vamos evoluir, vamos amar sempre nossa Umbanda”! Teresa Gonçalves diz: “Assim mesmo, com um coração verde, Salvé a nossa querida Umbanda com as duas mãos em oração e uma pomba exprimindo paz. Amo-te”. A Rainha dos Ventos também coloca a opinião: “Axé salve nossa umbanda”.

Figura 28 e 29 - Local onde ficam os santos e os comentários dos internautas



<https://www.facebook.com/umbanda.portugal>. Acesso em: dezembro de 2020.

A atualização da página é feita com frequência, como vemos aqui numa postagem publicada no dia 7 de julho, em que fala dos Ogans (dos tocadores dos instrumentos).

🌿 Salve nossos queridos Ogans 🌿

É no toque do couro que o Ogan representa, se engana quem acha que eles "batem" no couro, muito pelo contrário, para um verdadeiro Ogan o coro é mais do que sagrado.

O couro representa sua alma, pode não transparecer, mais no couro é onde se toca com o mais dos suaves gestos, nos proporciona momentos únicos no sagrado, eleva os mais puros sentimentos, não há amargura, angústia, tristeza que resista ao som de uma Ngoma bem tocada!

Dobre o couro Ogan, é hora do alujá, toque o samba de caboclo, e vire para o ijexá, prepare o melhor barravento que é hora de descarregar, será sempre com sorriso no rosto que vamos te esperar, pois se não fosse vocês Ogans, não teríamos descoberto nosso verdadeiro lugar!

Benção meus pais ogan

Ogan uma palavra pequena com uma força gigante, origem Bantu quer dizer o chefe, quem conduz, aquele que tem voz... E que linda é a voz que sai da batida de seu atabaque, que faz todos arrepiar, chorar ou sorrir. É o coração do terreiro que bate acelerado para os ventos de Iansã, forte para o brado dos caboclos, alegre com os baianos marinheiros e ibejada. Suave para o acalento de um preto velho. Mais também sabe guerrear quando é preciso e quebrar demanda com nossos amados exus e pomba giras.

Ser Ogan é ter a honra de ser maestro dos orixás de conduzir sua dança e seus trabalhos, são os olhos 'acordado' dos pais de santo, que tudo vê e tudo resolve com um simples toque.

Ah se pudéssemos enxergar no além da matéria, que lindo é ver o ogan envolvido pelos orixás tocando em uma gira..vocês viriam suas mãos com uma luz tão forte tomadas pelas da divindades, sua garganta soltando o canto dos orixás do fundo de sua alma envolvendo a todos e a tudo. A mesma luz que ao tocar no coro do atabaque se espalha para todo o terreiro e nos abençoa na gira. Bentita sejam suas mãos e seu canto Ogans hoje e sempre !!

Ser Ogan não é uma escolha e sim ser escolhido pelos orixás! Salve a todos os Ogans, curimbeiros, tabaqueiros! Salve o escolhido!

Gratidão os nossos queridos ogans que tocam com tanto amor e carinho em nossas giras.⁴²

Figura 30 e 31 - Mensagens direcionadas a quem toca os atabaques



<https://www.facebook.com/umbanda.portugal>. Acesso em: dezembro de 2021.

A imagem nos traz os atabaques, todos da mesma cor, com o laço branco em cada um deles, em cima de pés de madeira, em que a madeira do meio, traz a logomarca do terreiro que são dois triângulos, um na posição regular e outro para baixo, com uma cruz no meio e as sete pombas ao redor, numa clara mensagem de paz, amor e fé. Na imagem, vemos ainda uma mão masculina sob o

⁴² Disponível em: <https://www.facebook.com/umbanda.portugal>

atabaque, numa evidência clara de que aquele instrumento é manuseado pelo dono da mão num gesto sagrado, e fortalecido pela força da cor do tecido branco.

As 351 reações ao *post* vão desde curtidas, a corações a emojis de coragem. Temos ainda os 27 comentários e os 6 compartilhamentos. Uma das poucas vezes que vemos o autor da página se manifestar, quando especifica os nomes de: “Fernando, Cristina Cunha, Lucas Ferreira, Beatriz Couto, Vanessa, Fred Marques e Carlos. Pensando em vocês, meus queridos”!!! O comentário acumulou 7 curtidas, entre elas adoradas.

Nas duas respostas do *post* da ATUPO, Miguel Carvalho começa “ATUPO - Templo de Umbanda Pai Oxala Salve os queridos Ogans que nos brindam a todos com os pontos carregados de alma, alegria e muita força”. Beatriz Couto, uma das pessoas a que o *post* faz referência enfatiza “ATUPO - Templo de Umbanda Pai Oxala, GRATIDÃO, por tudo que me ensinaram e ainda ensinam! É uma honra fazer parte de tudo isto com vocês”! Três curtidas e corações foram as reações.

Teresa Gonçalves dá um testemunho na página “Tudo era muito estranho para mim, mas foi pela curimba pelos pontos e pela voz da Vanessa Inhauser, por quem eu me apaixonei logo no primeiro dia, que pisei aquele solo Sagrado. Muito Axé para todos os Ogans da nossa casa com as mãozinhas juntas e o coração verde. Obrigada pelos belos momentos que temos passado todos juntos, morro de saudades do som dos atabaques, das vozes tão lindas que me enchem o coração de emoção, alegria e paz. Bem hajam”. Dois corações foram as reações que marcaram o comentário.

Os testemunhos dos ciber-fiéis, revelam numa constante lembrança, nas redes sociais, em um tom saudosista, às idas ao terreiro antes da pandemia. Vanessa Inhauser sublinha: “Saudades do meu amado atabaque, com o símbolo do coração. Me apaixonei por ele assim que o ouvi pela 1ª vez.” E inseriu um emoji de um rostinho tímido com corações ao redor. Esse comentário rendeu-lhe dez curtidas e, no meio, adoradas.

No vídeo do dia 7 de julho, o líder da casa, Cláudio, saúda os internautas com um boa tarde a todos e anuncia que o trabalho a partir daquele momento seria da linha dos boiadeiros. O boiadeiro é a figura mística do peão sertanejo, do homem que viveu no dia a dia do campo e dos animais, e devido a rotina, desenvolveu força e habilidade para lidar com as adversidades. Nessa linha destacam-se espíritos que usam conhecimentos ocultos para auxiliar as pessoas a atravessarem momentos difíceis.

“Estamos aqui na ATUPO, vamos começar agora o nosso trabalho na força da linha dos boiadeiros. Antes de começar eu vou deixar um ponto cantado para vocês com a nossa ogã Va-

nessa e o Lucas, para que vocês matem as saudades dessa força, dessa linha, dessa energia dos boiadeiros, tá bom? Saravá o povo boiadeiro.”⁴³

Vanessa começa cantando:

“ê boiadeiro, ê boiadeiro, ê boiadeiro, então no céu a voz de Deus falou. No cavaco, na viola (parte incompreensível). E hoje, no terreiro, abençoa os filhos de Umbanda, velho sábio verdadeiro, em nome de Oxalá, nosso Senhor. E hoje, no terreiro, abençoa os filhos de Umbanda, velho sábio verdadeiro, em nome de Oxalá, nosso Senhor. Ê boiadeiro, ê boiadeiro, ê boiadeiro. Saravá, aos boiadeiros.”

Várias vozes num coro agradecem.

Os ciber-fiéis através dos comentários demonstram um misto de saudade, de agradecimento e de elogio ao trabalho realizado pelo terreiro. Neste momento em que as pessoas são incentivadas a ficarem em casa e a cumprirem o distanciamento social, como maneira de evitar a transmissão do vírus, a ATUPO proporciona aos seguidores da crença, aos ciber-fiéis e curiosos, uma pequena amostra do trabalho realizado durante a pandemia.

A postagem do texto de abertura declama o seguinte:

“Salve nosso querido povo boiadeiro! Deixo aqui esse ponto de boiadeiros para todos aqueles que hoje não podem estar conosco! Cantem com a gente e façam as suas orações! Grande abraço fraterno e salve essa linha de força”.

Na postagem 420 pessoas deram gostos, coragem e ‘adoros’, lemos 40 comentários e vemos 29 compartilhamentos. Entre os comentários, os fiéis frequentadores da casa demonstram o quanto sentem falta do terreiro, como, por exemplo, Celeste Marques que diz: “...saudades da minha casa, saudade de vos ouvir” e no final colocou um emoji triste chorando. No mesmo dia, minutos depois, outra internauta Teresa Gonçalves digita: “Celeste Marques não fiques triste, ELES acompanham-te sempre, (em alusão aos espíritos dos boiadeiros) fecha os olhos e já os sentes”! No final do *post* um emoji com o coração verde, a palavra beijinhos e outro emoji piscando o olho.

Celeste Marques responde a Teresa Gonçalves: “Eu sei e como sei”, com três emojis de coração no final. Em seguida ao *post*, Maria Emília Vasconcelos escreve: “sr. Claudio parabéns por todo seu trabalho Lindo. Felicidades”.

Fizemos um pequeno recorte abaixo com outros comentários para que vejamos um pouco mais o universo que circunda o mundo umbandista.

⁴³ Disponível em: <https://www.facebook.com/umbanda.portugal>

Figura 32 e 33 - Pai Cláudio e o toque para os boiadeiros



<https://www.facebook.com/umbanda.portugal> Acesso em: dezembro de 2020

Figura 34 e 35 - Festa em homenagem aos boiadeiros e comentários



<https://www.facebook.com/umbanda.portugal> Acesso em: dezembro de 2020.

Quatro dias depois dessa postagem, no dia 15 de julho, vemos uma imagem com a legenda. “Eu sou Umbanda”, acompanhada por emojis de pomba e as duas mãos juntas simbolizando a fé. A imagem define a Umbanda como um fator existencial, constituinte do nosso DNA, presente em nosso sangue, no dos nossos pais, das nossas mães, como transportadores do poder ancestral, do nosso poder enquanto ser humano.

Figura 36 e 37 - Significado de ser Umbanda e comentários dos fiéis



<https://www.facebook.com/umbanda.portugal> Acesso em: dezembro de 2020.

O *post* registrou 214 curtidas e adoras, 12 comentários e 22 compartilhamentos. Entre o que os ciber-fiéis escreveram, vemos definições como: “Eu sou Umbanda”, citando Márcia Aparecida, Josy Calazans, Alexandra Pedrosa Ferreira. Mena Ventura resolve contar em breve linhas (como podemos ver no recorte) o seu percurso até chegar à ATUPO. Essencialmente, estas mensagens consistem em frases de gratidão, com utilização de palavras específicas a quem é da crença.

No dia 18 de julho de 2020, o *post* publicado foi um pensamento do espírita Emmanuel, psicografado por Chico Xavier, um nome importante do espiritismo brasileiro e de que a Umbanda também se alimenta. Vale aqui uma ressalva: na maior parte das publicações na página da ATUPO, vemos vídeos, imagens, num claro sinal de que os responsáveis pela produção de conteúdo para o local percebe e busca informações constantes de como disponibilizar informação, e ela se tornar atrativa seja para quem é da crença, seja para quem não é.

A frase que inicia o tom do *post*, diz: “Em todos os momentos”. Logo em seguida, vemos a mensagem da psicografia na íntegra:

“Não permitas que os irmãos desequilibrados te destruam o trabalho ou te apaguem a esperança. Não menosprezes o dever que a consciência te impõe. Se te enganaste em algum trecho do caminho, reajusta a própria visão e procura o rumo certo. Não contes vantagens nem fracassos. Estuda buscando aprender. Não te voltes contra ninguém. Não dramatizes provações ou problemas. Conserva o hábito da oração para que se te faça luz na vida íntima. Resguarda-te em Deus e persevera no trabalho que Deus te confiou. Ama sempre, fazendo pelos

outros o melhor que possas realizar. Age auxiliando. Serve sem apego. E assim vencerás.” (Emmanuel - Chico Xavier)⁴⁴

A citação contou com 238 curtidas, entre expressões de ‘amei’ e de ‘força’, com 16 comentários e 30 compartilhamentos. Entre os comentários, transcrevemos alguns abaixo, como os da Eugénia Ferreira Neiva, que diz: “Gratidão” utilizando também as mãos em oração e o coração, como emojis escolhidos para expressar o sentimento naquele espaço virtual que “proporciona” através das imagens, emojis, gifs, formas outras de atribuir mais “humanidade” no que é postado virtualmente.

Entre os comentários, os usuários distinguem-se uns dos outros através do Superfã (segundo informações do próprio *Facebook*): “Ter um selo no Facebook diz às pessoas algo interessante sobre você porque ajuda a se destacar para a página e outras pessoas. Torne-se um superfã sendo uma das pessoas mais ativas na página”.

A esmeralda do lado e a palavra Superfã, aparecem quando o algoritmo atribui, mediante os comentários daquela pessoa na página, mediante os *likes* dados pela própria pessoa a outros comentários naquela página específica, uma distinção a quem interage mais com aquele conteúdo específico, nesse caso, o religioso em rede. Vemos também expressões como, “essa mensagem parece ser para mim, gratidão”, de Conceição Silva, ou a “a mim também me diz algo, mas com a vossa força já resolvi” de Evangelina Sousa. E ainda um internauta cita o livro, *Astronauta do Além*, em que é possível encontrar o trecho citado. Esse é o terceiro dos quatro livros integrantes da série: “*Na era do Espírito*”, que contém estudos e dissertações sobre os principais problemas que afligem o ser humano. Questões familiares, provas e expiações, a lei de causa e efeito, desencarnações coletivas, o perdão, a prece, entre outras questões, sob a visão da doutrina espírita, de autoria de Francisco Xavier, J. Herculano Pires e Espíritos.⁴⁵

⁴⁴ Disponível em: <https://www.facebook.com/umbanda.portugal>

⁴⁵ Disponível em: <https://centroespiritachicoxavier.org.br/livros/045.pdf> Acesso em dez. 2020.

Figura - 38 e 39 Gratidão expressa pela mensagem



Disponível em: <https://www.facebook.com/umbanda.portugal>. Acesso, em dezembro de 2020.

No mesmo dia, 18 de julho, menos de duas horas depois, ATUPO publica um *post* contendo informações na íntegra da primeira edição da Revista Umbra sobre a Umbanda brasileira que faz menção à ATUPO. A revista traz uma reportagem com a mãe pequena, ou madrinha, da casa:

“... uma das grandes divulgadoras da Umbanda é Vanessa Inhauser. Dedicada à religião desde os 13 anos, hoje, ela é madrinha “mãe pequena” da casa ATUPO - Templo de Umbanda Pai Oxalá, onde foi chefe Ogã por mais de 20 anos. Vanessa, que é convidada de Pai Elcio de Oxalá na gravação do seu próximo CD, não reside mais no Brasil, agora atua e elabora cantigas de Umbanda em Portugal, país onde decidiu morar já há alguns anos. Pai Elcio que anda pelo mundo lindamente levando sua música, já esteve em algumas casas de Umbanda em Portugal, mostrando um pouco de seu trabalho: dentre elas, Barracão de Xangó, no Algarve, Lendas de Aruanda, em Leiria, Templo Urubatão, na Malveira e ATUPO - Templo de Umbanda Pai Oxalá, em Braga, onde nasceu esta parceria.”⁴⁶

No *post* vemos muitos parabéns, mensagens de força, de apoio. Internautas comentam também que o cantar em determinados momentos foi solidário com a situação que se estava vivendo; todavia, as homenagens não ficam por aí, pois os agradecimentos vão também na direção do Pai Elcio. Inclusive, um dos comentários é o de Fábio Galasso, que em nome da Revista e Rádio Web Umbra Umbanda Brasileira agradece a parceria e a divulgação, como podemos ver nos recortes abaixo:

⁴⁶ A revista está disponível no link: <https://dochub.com/umbandabrasileiraoficial/dPB1mkMKOj06DaZREOjyzD/revista-ubra-1-ed-jun-2020-pdf?dt=s95FAu2vCzs9NRKxStR7> Acesso em: dez. de 2020.

Figura - 40 e 41 Visita do Pai Élcio e comentários



Disponível em: <https://www.facebook.com/umbanda.portugal> Acesso em dezembro de 2020.

No dia 20 de julho, o próprio pai de santo casa, Cláudio Ferreira, diz o seguinte:

“Ogum me ensinou... No dia em que eu caí e tive de me levantar sozinho, que assim também nasce a coragem de lutar e seguir em frente, que assim, surgem grandes guerreiros”. Nessa imagem vemos o altar do terreiro com a imagem de Ogum⁴⁷, para os católicos, o santo representa São Jorge, o guerreiro, o vencedor das batalhas, das adversidades, com o poder de forjar o metal, a entidade está associada à modernidade e ao progresso consciente.”

Percebemos que a gestão das redes sociais online é feita com o cuidado para que sejam geradas frequentes interações. São imagens, vídeos, poucos textos, o que gera um engajamento através dos *likes*, dos comentários frequentes, sejam de usuários-fiéis ou não. É notório também o cuidado com que é feita a comunicação nesses espaços, com um português bem redigido, imagens e vídeos coerentes com o que está escrito, e atualização constante da página. Como parte integrante de uma

⁴⁷ Ògún na África. Filho mais velho de Odùduà, o fundador do Ifê. Por isto, tomou-se o regente do reino quando Odu-
dua, momentaneamente, perdeu a visão. Ogum era guerreiro sanguinário e temível. “Ogum, o valente guerreiro, o ho-
mem louco dos músculos de aço! Ogum, que tendo água em casa, lava-se com sangue!” Ogum continuou suas guerras.
Durante uma delas, ele tomou Irê. Antigamente, esta cidade era formada por sete aldeias. Por isto chamam-no, ainda ho-
je, *Ogum mejejê Iodê Irê* “Ogum das sete partes de Irê”. Ogum matou o rei Onirê e o substituiu pelo próprio filho, con-
servando para si o título de Rei. Ele é saudado como Ogum Onirê! “Ogum Rei de Irê!” Entretanto, ele foi autorizado a
usar apenas uma pequena coroa, daí ser chamado, também, de Ogum Alakorô - Ogum dono da pequena coroa”. Verger,
1997, p. 14 e 15.

marketing religioso digital, a administração das páginas dos terreiros filtra os comentários, fazendo que apenas se possa aceder publicamente àquilo que o terreiro quer que veja, em sintonia com a imagem que quer passar de si próprio.

Logo em seguida, fizemos um recorte da publicação que contou com 394 ‘curtidas’, ‘forças’ e ‘adoros’, 12 comentários e 20 compartilhamentos. Entre as mensagens, a de agradecimento, saudação com “Ogunhê meu Pai, a minha força e coragem sei que sempre vem de ti”, “Salve Ogum”, “Gratidão”, “Axé”, com emojis para reforçar o sentimentalismo através daquelas pequenas imagens disponibilizadas pela plataforma. Os números trazidos pelas curtidas e comentários, ainda revelam uma participação tímida do fiel/internauta, que opta pela discrição em se colocar nos espaços e bem como vimos, esse cenário digital está em constante mudança. As curtidas e os comentários foram trazidos para reforçar, que pouco a pouco a Umbanda e o Candomblé demonstram aptidões e estratégias para também produzir conteúdo para este tipo de media.

Figura 42 e 43 – Pai Cláudio agradecendo a Ogum juntamente com a manifestação virtual



Disponível em: <https://www.facebook.com/umbanda.portugal> Acesso em: dezembro de 2020.

Nesse mesmo dia, 20 de julho, às 22h15, os responsáveis em alimentar a página ATUPO, publicaram uma homenagem a Exu, através de um vídeo curto de 0:52 segundos, lançado no YouTube e compartilhado no Facebook. São 220 curtidas, forças e adoros, 16 comentários e 13 compartilhamentos. O vídeo, até dezembro de 2020, contava com 7.092 visualizações.

Antes de clicarmos nele, deparamo-nos com um breve texto no Facebook: “Mais um ano em que se realizou na ATUPO o trabalho da Magia do Fogo, em Homenagem ao Orixá Exu e aos Guar-

diões e Guardiãs, por cujo trabalho e proteção somos e seremos sempre gratos! Para os que não puderam estar presentes, deixamos aqui alguns momentos dessa noite mágica... Laroîê Exu! Laroîê Pombagira”!

Nos terreiros, as músicas cantadas são chamadas de pontos. A expressão utilizada nesta tese, refere-se aos sons dos locais de culto. Ao abrirmos o vídeo, ouvimos o ponto de Exu Tranca Rua, um toque de Umbanda que diz:

“Quando o sol aqui não mais brilhar, Quando a lua e seu clarão refletir, É sinal que está na hora, É ele quem chega agora, Já deu meia noite, gato preto é quem chega aqui. Quando o sol aqui não mais brilhar, Quando a lua e seu clarão refletir, É sinal que está na hora, É ele quem chega agora, Já deu meia noite, gato preto é quem chega aqui. Jurou amar alguém na encruzilhada. Jurou fazer o bem de madrugada, pede com fé, companheiro e amigo leal, quebra feitiço e também desfaz o mal... ”⁴⁸

Figura 44 e 45 – Cantiga para Exu com a participação dos internautas



Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=dvkTHadKcsA>. Acesso em: dezembro de 2020.

No dia 25 de julho, é publicado um texto do Sacerdote da casa, Cláudio Ferreira, no qual ele chama: “Eu escolho ser feliz e você”? No escrito, características de uma vida muito próxima a de qualquer um de nós são ressaltadas, e com humildade o líder religioso fala-nos do cansaço diante de atitudes que se repetem, as insatisfações que surgem a partir de comportamentos reincidentes. Diante dos medos, das tristezas, o líder religioso pára para analisar, para silenciar a mente e perceber que as mudanças devem partir de si próprio:

⁴⁸ Cantiga de terreiro. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=dvkTHadKcsA>.

“Eu sou senhor da minha vontade e dos meus caminhos, Eu tenho de tentar, de insistir e apenas eu tenho esse poder e essa responsabilidade de ser feliz e devo ser grato por estar vivo, ter o prazer de ver o sol nascer a cada manhã iluminando nossas vidas, caminhos e nos dando a esperança de um novo dia, um dia para nos aproximarmos mais de nossos sonhos, de viver ao lado de pessoas que amamos, de conhecer o desconhecido e desbravar caminhos novos, pois as oportunidades apenas existem quando as procuramos, quando estamos atentos, pois as atraímos. Na noite, agradecemos o dia vivido, as lições aprendidas com os erros cometidos ou não, mas agradecemos por termos chegado ao fim desse dia e oramos para ter a oportunidade de viver um novo amanhecer. Eu escolho ser feliz.” (Sacerdote da ATUPO, Cláudio Ferreira) ⁴⁹

Nos comentários, os ciber-fiéis reafirmam as escolhas aconselhadas para alcançar a felicidade, o agradecimento pela partilha, a importância dessas escolhas, o elogio da clareza do texto e do silêncio que permitiu ao usuário achar as respostas certas. Foi uma postagem em que em quase todas as publicações existia o emoji de coração para expressar o sentimento, por vezes, definidor do que se sente com aquele tipo de postagem. É um convite que o umbandista faz para olhar para si mesmo, em busca de ação na perspectiva da mudança interior de nós próprios e de nós com o mundo.

Figura 46 e 47 – Mensagem do terreiro aos seguidores



Disponível em: <https://www.facebook.com/umbanda.portugal> Acesso em: dezembro de 2020.

A última postagem de julho de 2020 foi no dia 26 e registrou 311 ‘curtidas’, ‘adoros’ e ‘forças’, 13 comentários e 20 compartilhamentos. Nela, o ciberfiel lê um salve a Nanã, a mais velha das deusas iorubanas, mãe das águas paradas, dos pântanos e das sagradas águas primordiais com que

⁴⁹ Disponível em: <https://www.facebook.com/umbanda.portugal>

Orunmilá criou a terra. Por não se ter muitas notícias sobre a sua origem, já perdida num tempo distante e anterior às muitas migrações a que foram forçados os povos gêge, dagomé e mahíí, em algumas tradições de África. Esta deusa assume a forma de Buruku, uma deidade masculina. Na Bahia, no entanto, o culto a Nanã aparece no contexto dos louvores às mães do elemento água, o princípio feminino da natureza.

As poucas lendas existentes e conhecidas falam de aspectos que se consubstanciam num arquétipo de mulher madura, experiente e inteligente que, por essas razões, é capaz de manter um contato permanente e compassivo com a doença e com as perdas. O silêncio que encobre o passado da deusa, no entanto, não cala as evidências do seu poder. Esse é tão grande e sobre-humano, que permite aos seus seguidores imolar animais em rituais sagrados, onde o poder do canto ritual substitui o corte dos metais. Há quem argumente que a proibição do uso de facas nos ritos em memória de Nanã dramatiza a derrota do seu povo, vencido por culturas militarmente mais fortes quando do advento do uso de metais como instrumentos de guerra. Essa derrota teria sido a responsável pela diáspora da sua gente, que passou a viver no exílio em sucessivas e malogradas migrações. Esta é, assim, uma deusa símbolo da diáspora negra que começou na própria África, antes mesmo do contato com a modernidade (FONSECA, 2003, p.2).

Quando Nanã se apresenta no terreiro, seu gesto é grave e contido, sua dança é lenta e cadenciada, pois seu corpo alquebrado de mulher idosa se curva sob o peso das suas vivências. Nas mãos ela empunha o ‘ibiri’, uma espécie de cetro e arma, que atesta o seu poder de juíza e justiceira. Nas guias, a cor que representa Nanã é o roxo, que, embora esteja sempre associado à realeza, simbolizando o poder imperial, na tradição cristã representa a dor, a penitência e a compaixão

Entre os comentários, saudações como Saluba Nanã, pedidos de livramentos das aflições, o explicitar deste ponto, também aparece em forma de elogio.

Salve Nanã⁵⁰ Buruquê
“São flores Nanã, são flores,
São flores Nanã Buruquê
São flores Nanã, são flores,
Do seu filho Obaluaiê.”

⁵⁰ Nanã Buruku é uma velhíssima divindade das águas, vinda de muito longe e há muito tempo. Ogum é um poderoso chefe guerreiro que anda sempre à frente dos outros Imalés. Um dia, eles vão a uma reunião. É a reunião dos 200 Imalés da direita e dos 400 da esquerda. Eles discutem sobre os seus poderes. Eles, falam falando de vários orixás, entre eles Ogum, e concluem. Eles dizem: “É graças a seus instrumentos que nós podemos viver. Declaramos que é o mais importante entre nós!” Nanã Buruku contesta, então: “Não digam isto. Que importância, tem, então, os trabalhos que ele realiza?” Os demais orixás respondem: “É graças a seu seus instrumentos que trabalhamos pelo nosso alimento. É graças a seus instrumentos que cultivamos os campos. São eles que utilizamos para esquarterar os animais”. Os filhos de Nanã eram caçadores. Para matar um animal, eles passaram a se servir de um pedaço de pau, afiado em forma de faca, para esquarterá-lo. Os animais oferecidos a Nanã são mortos e decepados com instrumentos de madeira. Não se pode utilizar faca de metal para cortar sua carne, por causa da disputa que, desde aquele dia, opôs Ogum a Nanã. (Verger, 1997, p. 63, 64 e 65).

Figura 48 e 49 – Uma das divindades cultuadas no terreiro, Nanã



Disponível em: <https://www.facebook.com/umbanda.portugal> Acesso em: dezembro de 2020.

Para acessar o site através do *Facebook* basta clicar em: <http://www.atupo.com/home.html>. Ao entrarmos, deparamo-nos de imediato com o recorte abaixo, convidando as pessoas a irem ao Templo e levar um alimento para ajudar outros tantos de gente. Esta é uma filosofia compartilhada pelo terreiro e por outras instituições umbandistas de Portugal, do Brasil e de outros países.

Como influência de uma conjuntura que está construída para repassar essa impressão, a corrente do bem se espalha e propaga como sendo o verdadeiro intuito dos trabalhos, manifesta-se quando pisamos o chão do terreiro, quando olhamos no olho do líder religioso e dos filhos de santo, como algo que transcende a nossa existência humana.

3.11 O que nos traz o site institucional ATUPO

Em virtude da pandemia, quando abrimos a *homepage* da ATUPO, deparamo-nos com o comunicado do reinício dos trabalhos proposto para o passado 22 de março em que são retomadas as Giras de atendimento ao público, mantendo o respeito e o cumprimento de todas as restrições legais em vigor, devido a situação pandémica. Quem estiver interessado em ir à ATUPO, encontrará todas as informações que são importantes ao aceder à primeira página, nomeadamente o preenchimento de formulário de inscrição, horários de atendimento, horários em que os trabalhos iniciarão, normas a cumprir, além das regras de acesso e permanência no templo. Há ainda um plano de contingência e ação para diminuir a transmissão do coronavírus, com adoção de medidas de distanciamento, uso

obrigatório da máscara e outras informações que podem ser lidas num documento disponível em pdf.

Ao ler as informações contidas no site, percebemos o cuidado que o terreiro tem com as medidas de contenção do Covid-19, nomeadamente as regras adotadas, a limitação do número de participantes em cada sessão, os procedimentos adotados à chegada do templo, durante o atendimento, à saída do atendimento, os procedimentos por parte dos elementos da corrente mediúnica, a higienização dos espaços, entre outros. Durante esse tempo em que vivemos uma pandemia, é obrigatório o preenchimento do formulário de inscrição para participar das sessões, a utilização de máscara e o distanciamento de dois metros do templo.

Assim que entramos no site, encontramos, no final da primeira página, o jornal *Fundamento - Jornal Umbandista Português*, publicação da ATUPO, de distribuição gratuita, dedicado à cultura Umbandista, à espiritualidade e respetiva doutrina. Segundo o site, a publicação tem por finalidade divulgar não apenas as atividades da ATUPO, mas principalmente o que mais se destaca no universo Umbandista.⁵¹

A trajetória do líder religioso da casa pode ser conhecido ao clicar na parte superior do site, numa apresentação da associação: Quem Somos e Umbanda. No primeira sub-diretoria, encontramos a trajetória do Pai Cláudio D'Oxalá, que começou a trajetória na Umbanda aos 7 anos, tendo, ainda adolescente, começado uma corrente Umbandista localizada no interior de São Paulo. Em 1991, vem para Portugal fazer alguns cursos técnicos e retornar ao Brasil. Nessa estrada, dá início a um trabalho de assistência em sua casa, na cidade de Braga, onde viria a nascer o Templo de Umbanda Pai de Oxalá (ATUPO). Depois disso, resolve ficar em Portugal.

Dez anos depois, em abril de 2001, ATUPO veio a formalizar a sua constituição jurídica como associação religiosa sem fins lucrativos, passando a denominar-se ATUPO - Associação Templo de Umbanda Pai de Oxalá e, em junho de 2007, foi certificada como Pessoa Coletiva Religiosa pelo Registo Nacional de Pessoas Coletivas, deixando de ser uma associação civil e passando a ser reconhecido como Templo Religioso de Umbanda.

A segunda sub-diretoria, respeitante à Umbanda, fornece uma explicação desta religião como um sistema solidário de crenças e práticas composta de elementos e princípios divinos, humanos, místicos, doutrinários, e ritualísticos. Esta breve explicação procura informar os internautas sobre a Umbanda à luz dos preceitos da religião monoteísta, por se acreditar na existência de um Deus único – Olorum – considerando os orixás, as entidades materializadas como manifestações ou essências do Olorum. Há uma preocupação em se apresentar esta religião como sendo de caráter universal, aberto e dirigido a todos, distinguindo-se por um cunho espiritualista/mediúnico que agrega

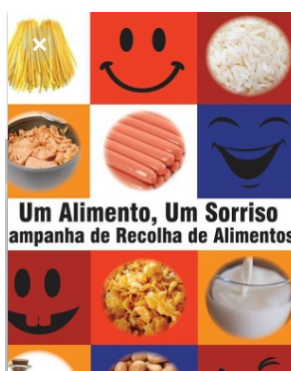
⁵¹ Citamos como exemplo, a edição de número 27, de novembro de 2020, disponível em: https://drive.google.com/file/d/1Sn9rORDyQszBQnl8or3vT9ZB_TFKWtMA/view

elementos de cultos africanos, indígenas espíritas (Kardecistas) e do cristianismo. Com o agregar de diferentes crenças, liturgias, esse aspecto traz pra nós o intuito de alargar os discursos, os interesses, as vivências com um claro objetivo de chegar a mais pessoas, em distintos países. O que os espíritos materializados que contribuíram para a criação da Umbanda não imaginavam, era que esta preocupação com o universalismo, já trazia consigo, na raiz da crença, o marketing religioso entrelaçado. Com o passar do tempo e o aperfeiçoar das técnicas humanas e religiosas, os contornos no campo do marketing religioso tornaram-se mais evidentes.

No link Atividades ATUPO, para além dos trabalhos já mencionados que são desenvolvidos pelo Templo, também é possível encontrar uma aba respeitante à doutrina, que nos leva às aulas que se destinam a quem desejar conhecer e compreender melhor a Umbanda. Para quem pretenda obter mais informações, é disponibilizado um formulário para preenchimento e envio aos líderes da casa.

Na galeria de fotos, vemos algumas imagens da inauguração da sede da ATUPO, do centenário da Umbanda, Homenagem a Iemenjá e Comemoração do Dia da Umbanda e par de vídeos como os respeitantes à Homenagem a Exu, Oração para Obaluaiê, Homenagem ao Povo Cigano, Gira de Ogum, Saravá Xangô, entre outros. Dada a sua importância para a temática aqui abordada nesta tese, centramo-nos especificamente sobre as imagens da Comemoração do Centenário da Umbanda, que se realizou no dia 15 de novembro de 2008, tendo a celebração reunido vários dirigentes de casas e templos de Portugal na ATUPO, entre os quais Mãe Virgínia da “Casa de Caridade Maria de Nazaré”, Mãe Luísa da “Casa da Vovó Teresa”, Pai Arnaldo D’Iansã do “Ilé Axé Olibuxedo”, Mãe Elsa e Pai Artur do “Templo de Umbanda Pai Oxalá e Mamãe Iansã”, Nuno de Xangô, do Barracão de Xangô. Abaixo, reproduzimos algumas imagens disponibilizadas pela ATUPO no site da instituição sobre a comemoração do Centenário da Umbanda.

Figura 50 e 51 – Página inicial do site ATUPO



Ajude-nos a ajudar!
Quando vier ao Templo, traga um
alimento não perecível. Juntos
ajudamos muitos!



Disponível em: <http://www.atupo.com/> Acesso em: dezembro de 2020.

Figura 52 e 53 – Página inicial do site ATUPO



Quem Somos

Disponível em: <http://www.atupo.com/> Acesso em: dezembro de 2020.



Sobre a Umbanda

Bloco de figuras 54 - Inauguração da sede da ATUPO



<http://www.atupo.com/fotos1.html>. Acesso em: dezembro de 2020.



<http://www.atupo.com/fotos1.html>. Acesso em: dezembro de 2020.



<http://www.atupo.com/fotos1.html>. Acesso em: dezembro de 2020.



<http://www.atupo.com/fotos2.html>. Acesso em: dezembro de 2020.



<http://www.atupo.com/fotos2.html>. Acesso em: dezembro de 2020.



<http://www.atupo.com/fotos2.html>. Acesso em: dezembro de 2020.

Após as análises propostas no nosso corpus na introdução desta tese, percebemos o emergir de uma natureza organizacional distinta da sociedade, em que “noções de comunicação, associadas a totalidades homogêneas, dão lugar às noções de fragmentos e às noções de heterogeneidade” (FAUSTO NETO, 2005, p.3). Trata-se da “constituição de uma ambiência mais ampla que a mera focalização nos dispositivos tecnológicos de comunicação”, ou seja, “um bios midiático (...) que se forma com a sociedade da informação atual” (GOMES, 2015, p.48). Não nos enganemos: não se trata tanto de uma realidade construída, metafórica, virtualizada, mas mais no seguinte:

um ambiente (que chamamos de sociedade em midiatização) que configura para as pessoas um novo modo de ser no mundo, pelo qual os meios não mais são utilizados como instrumentos possibilitadores das relações pessoais, mas fazem parte da auto-compreensão social e individual. (...) cria-se um novo ambiente matriz que acaba por determinar (condicionar, diríamos nós) o modo de ser, pensar e agir em sociedade. A esse ambiente matriz designamos de sociedade em midiatização (GOMES, 2015, p. 53).

Numa sociedade em que os meios fazem parte do processo de autocompreensão, o percebermos melhor a nós próprios e o que nos rodeia implica compreender que o ambiente “proporcionado” pela tecnologia determina as nossas ações, os nossos pensamentos. Com efeito, esse caminho

atrela-se à nossa proposta de utilizar as placas tectônicas como metáforas de uma alteração no campo do sagrado, que por sua vez mexe com a dinâmica do processo da fé ao elaborar uma estrutura de relevo voltada ao digital, ao mesmo tempo que desenha um novo modo de ser e de se apresentar ao mundo, num ambiente inacabado, chamado de sociedade em mediatização.

No capítulo a seguir, começaremos a nossa análise dos resultados com o conceito de sociedade em mediatização, juntamente com os dois últimos exemplos de como os terreiros de Umbanda e Candomblé em Portugal utilizam as redes sociais, nomeadamente o *Facebook* e também os sites das instituições, para, examinarmos como a emergência das redes faz com que as instituições tratem o sagrado de novas formas e como essas práticas adquirem um caráter mais longínquo, mas simultaneamente menos efêmero nos sites. Num exercício de complementaridades, tanto o site quanto as contas nas redes coexistem e se integram, sem conflitos, quando fazemos referência à disseminação do sagrado na internet.

Antes de finalizarmos a breve etnografia juntamente com a netnografia, trazemos para este espaço a nossa clareza em relação as limitações do estudo no recolhimento das informações nos espaços on-line porque as pessoas evitam aparecer nas plataformas. Para respeitar a discrição do público que frequenta os terreiros de Umbanda e Candomblé, optamos pelo “lurking”, como já falamos na metodologia. Método em que consiste observar, sem interferir nas ações comunicacionais, com o objetivo de entender o que faz a circulação e o que a circulação faz emergir e, a partir dessa emergência, refletir sobre o desdobramento do processo comunicacional, religioso, social. O espaço digital bem como o físico reforça o caráter positivista da crença. Na medida em que as mensagens encontradas nas páginas do *Facebook* analisadas, em termos contedísticos contam com informações baseadas em superações das dificuldades do dia a dia, alívio das aflições, busca constante em fazer o bem, através de projetos sociais, de consultas e trabalho desempenhados pelas casas de culto. Contam ainda com o conhecimento para a evolução espiritual, bem como a efetividade das práticas dos seguidores, num processo em que o sagrado e o humano estão interligados principalmente pelas ações.

Sendo assim, o perfil de quem constitui esse universo do imaginário social, religioso, mítico tanto nos terreiros quanto no digital, compõem-se de imigrantes brasileiros, nativos portugueses, que enxerga o Brasil como uma fonte de aprendizado, no quesito religioso, indo muitas vezes até lá, aprender a doutrina e reproduzir nestas terras de cá. Para os imigrantes, a prática do culto é uma tentativa de aproximar-se e de reavivar o imaginário do local de origem. Pontos que dialogam com a diáspora trazida na introdução desta tese. Em Portugal, existe uma média incerta de 65 terreiros de Umbanda e Candomblé, segundo informações do líder religioso do Tuto, em Aveiro, Bábá Ifaleke (Carlos Gomes), dita em 2018, em conversa informal.

O Templo de Umbanda Tenda de Oxossy (TUTO) conta com a liderança dos portugueses

Bàbá Ifaleke, Carlos Gomes, que se batizou na Umbanda em 1999, e da Ìyá Yemisi, Sílvia Rodrigues. Antes da pandemia, visitamos o local, e constatamos que majoritariamente o público é composto de portugueses, com a presença de outros cidadãos europeus, como foi o exemplo do alemão que falamos na nossa etnografia.

Já a Associação Templo de Umbanda Pai Oxalá (ATUPO), segundo informações do site, conta com um corpo mediúnico de aproximadamente 65 pessoas, para além de um grupo de voluntários que colaboram nos diversos projetos aí desenvolvidos. Atualmente, o Templo é frequentado por uma média de 250 pessoas por semana. Para além das giras de atendimento, que constituem o principal ritual de apoio religioso e espiritual, a ATUPO desenvolve atividades como: Grupo de Apoio Social, que distribui mensalmente alimentos a várias famílias com dificuldades temporárias, durante o tempo que necessitarem; o Grupo de Cura, trabalho dedicado à cura através da energização e desdobramento astral; Giras de desenvolvimento, trabalhos dedicados ao desenvolvimento e educação mediúnica; Ordem da Espada, grupo dedicado à meditação magística, conhecimento através do “Eu” interior na busca do “Eu” superior, magia dos elementos e da natureza através da harmonia do ser com a natureza. Encontramos ainda a Doutrina de Umbanda, aulas de doutrina para adultos com objetivo de promover o conhecimento sobre a Umbanda, os seus princípios e fundamentos, bem como aulas de doutrina direcionada a crianças entre os 5 e 12 anos, inicialmente desenvolvido para os filhos do corpo mediúnico. Quem lidera a Associação é o brasileiro Pai Cádio de Oxalá que iniciou a caminhada na Umbanda com 7 anos.

E por fim, o que a etnografia nos diz sobre sociologia do consumo? As ofertas de consumo no campo são parecidas com discursos apropriados por outras esferas sociais. Aqui, nos apropriamos do conceito capitalismo artista de Lipovetsky (2015), quando há desenvolvimentos de ofertas de produtos estéticos, o que cria um consumidor insaciável por novidades, espetáculos, experiências emocionais, em outras palavras um consumidor transestético. Consumidor esse que encontrará respaldo pela sua procura nos espaços digitais, à medida que a mediatização religiosa, através da Reforma Digital movida por práticas espirituais digitalmente intensificadas de crentes comuns com acesso global entre si e a todas as formas de conhecimento religioso. Isso coloca praticamente tudo em jogo – nossas tradições, histórias, nossa compreensão do sagrado (DRESCHER, 2011, p.12, APUD Sbardelotto, 2016). Atrelada a audiência, melhor percebida, quando trazemos os Usos e Gratificações. Nomeadamente no *Facebook*, em que não se pode falar de padrões de consumo e gratificações, mas de motivações gerais para exposição (Cooper & Tang, 2009: 405). Portanto, o mundo dos media e as audiências estão em mudança, bem como as religiões.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 O sagrado nos bits

The methodical movement of recorded music as pieces of plastic, like the slow human handling of most information in the form of books, magazines, newspapers, and videocassettes, is about to become the instantaneous and inexpensive transfer of electronic data that move at the speed of light . . . The change from atoms to bits is irrevocable and unstoppable. (Negroponte, 1995: 4)

Essa mudança trazida dos átomos para os bits perpassa o campo religioso, em que os rituais mediatizaram-se, porque foram e são constituídos pela vida social, ou seja, uma articulação complexa entre as tecnologias, apropriadas pela prática social para construção de sentido encarnadas em tecnologias mediáticas com os diversos sistemas sociais e culturais. Dirigimo-nos a um ambiente caracterizado por modalidades de comunicação “digitalmente convergentes, hibridizadas, remediadas, intertextuais” (LIVINGSTONE, 2009, trad. nossa). Portanto, “é possível falar dos media como um lócus de compreensão da sociedade”, pelo fato de a “sociedade perceber e se perceber a partir do fenómeno dos media” (GOMES, 2008, p. 21).

Por compreender que uma parte significativa da influência que os media exercem decorre do facto de que estes se tornou uma parte integral do funcionamento de outras instituições, embora tenha alcançado um grau de autodeterminação e autoridade que obriga essas instituições, em maior ou menor grau, a submeterem-se a sua lógica. Na opinião de Hjarvard (2008), os media são, ao mesmo tempo, parte do tecido da sociedade e da cultura e uma instituição independente que se interpõe entre outras instituições culturais e sociais e coordena sua interação mútua. A dualidade desta relação estrutural estabelece uma série de pré-requisitos de como os meios de comunicação, em determinadas situações, são usados e percebidos pelos emissores e recetores, afetando, desta forma, as relações entre as pessoas. Assim, as questões tradicionais sobre o uso e os efeitos dos meios de comunicação precisam levar em consideração as circunstâncias nas quais a cultura e a sociedade passaram a ser mediatizadas.

Para entendermos um bocadinho mais sobre o conceito de mediatização, vemos que o termo foi aplicado pela primeira vez pelo pesquisador sueco da comunicação, Kent Asp, que associou a palavra ao impacto dos meios de comunicação na comunicação política e noutras finalidades políticas, estabelecendo uma ligação a um processo pelo qual “um sistema político é, em alto grau, influenciado pelas e ajustado às demandas dos meios de comunicação em sua cobertura política” (Asp, 1986: 359). O autor vê a crescente independência das fontes políticas por parte dos veículos de co-

municação como mais um sinal de mediatização em que eles, assim, obtêm ainda mais controle sobre o conteúdo mediático. O pesquisador também reconhece uma dívida para com a expressão do sociólogo norueguês Gudmund Hernes, sociedade sacudida pelos media (Hernes, 1978), embora a perspectiva de Hernes fosse mais abrangente. Ele argumentou que os media tiveram um impacto fundamental sobre todas as instituições sociais e as relações entre elas. Apesar de Hernes não utilizar, realmente, o termo mediatização, o conceito de sociedade sacudida pelos media e a perspectiva holística que ele aplica sobre a sociedade são consonantes, em diversos aspetos, com a concepção de mediatização aqui apresentada. Hernes sublinhou:

[...] perguntar quais consequências os media tem para as instituições e para os indivíduos: as formas como a administração pública, as organizações, os partidos, as escolas e os negócios funcionam e como eles se relacionam entre si. De que maneiras os meios de comunicação redistribuem o poder na sociedade? [...] Em suma, do ponto de vista institucional, a questão-chave é: como os media altera tanto o funcionamento interno de outras entidades sociais quanto suas relações mútuas. (Hernes, 1978: 181)

Encontramos uma ideia parecida na obra, mais antiga, de Altheide e Snow (1979, 1988), que sugerem uma “análise das instituições-sociais-transformadas-atraves-da-media” (Altheide e Snow, 1979: 7). Enquanto as abordagens sociológicas tradicionais dos media tentam isolar algumas variáveis para a influência desta, ignorando como os media afetam as premissas gerais para a vida cultural, Altheide e Snow querem mostrar como a lógica dos media constitui a base do conhecimento que é gerado e espalhado na sociedade. Eles postulam a “primazia da forma sobre o conteúdo” (Altheide e Snow, 1988: 206), onde a lógica dos media, na maioria das vezes, parece consistir numa lógica de formatação que determina como o material é categorizado, a escolha do modo de apresentação e a seleção e representação da experiência social nos media. Nas suas análises, eles mencionam outros aspetos da lógica dos media, incluindo os aspetos tecnológicos e organizacionais, de maneira mais ou menos casual e, como Altheide e Snow (1979, 1984) trabalham com material norte-americano, a lógica em jogo é, essencialmente, a comercial.

Neste capítulo, em que propomos a análise dos resultados, trazemos os conceitos de mediatização ancorados em autores como Hernes (1978), Hjarvard (2008), Gomes (2013,2015), para fundamentar o nosso corpus, também apresentado nas linhas a seguir. E ainda, questionamos o dispositivo comunicacional proposto por Lévy (1997) de “um para um” e de “um para todos” com a perspectiva de Dahlgren (2005), em que o autor ressalta a dissolução na internet do modelo proposto por Lévy, exatamente pela comunicação em grupo poder ser atribuída tanto à comunicação de massa quanto à interação. As três dimensões citadas por Dahlgren (2005) – a estrutural, representacional e interacional – fornecem um ponto de partida analítico para examinar a esfera pública de qualquer

sociedade ao analisar a contribuição da tecnologia da comunicação.

Quando nos aproximamos do campo da ciência, os meios de comunicação também são um espaço para a discussão pública e legitimação da ciência. Weingart (1988) vê um elo decisivo do vínculo entre aqueles e a ciência:

É a base para a tese da *mediatização* da ciência: com a crescente importância dos meios de comunicação na formação da opinião pública, da consciência e da percepção, por um lado, e uma crescente dependência por parte da ciência de recursos escassos e, portanto, da aceitação pública, por outro, a ciência passará a ser cada vez mais mediática. (Weingart, 1998: 872, grifos originais)

Tal como a ciência, também as instituições e práticas religiosas também se tornam crescentemente mediatizadas. Para percebermos melhor esta ideia, recorreremos à elaboração teórica de Hjarvard (2008, 2011), segundo a qual a mediatização implica uma transformação multidimensional da religião que inevitavelmente afeta textos, práticas e relações sociais religiosas e, conseqüentemente, o caráter da crença nas sociedades modernas, bem como a condução do ritual (*grifo nosso*). Os meios tornaram-se uma importante – se não a principal – fonte de informação e experiência sobre essas questões, e os meios não apenas produzem e difundem a religião, mas também a modelam, alteram de distintas maneiras, principalmente através dos gêneros da cultura popular. Além disso, os meios de comunicação assumiram, em alguns aspectos, muitas das funções sociais anteriormente oferecidas pela igreja: eles contribuem para a produção e manutenção de comunidades sociais (Carey 1989; Morley 2000).

Os meios ritualizam as transições sociais em níveis micro e macro; proporcionam orientação moral e promovem diversas formas de adoração através da cultura de fãs, de celebridades etc. Finalmente, os meios de comunicação interativos (com ênfase para as redes sociais, nomeadamente o *Facebook*), criaram novas possibilidades para que os indivíduos se engajem em comunicação e práticas religiosas fora do campo de controle das igrejas. O resultado geral não é um novo tipo de religião como tal, mas sim uma nova condição social que o poder de unir e praticar a religião mudou (referimos ainda Lövheim e Lynch, 2011; Hjarvard e Lövheim, 2012).

Quando refletimos sobre uma visão mais abrangente da modernidade, recaímos naquilo que o sociólogo Thompson (1990, 1995) considera como parte integral do desenvolvimento da sociedade, precisamente a mediatização. Para o autor, a invenção da imprensa, no século XV contou com o nascimento de uma tecnologia que tornou possível a circulação de informação na sociedade de um modo sem precedentes. Este evento contribuiu para institucionalização dos meios de comunicação de massa (livros, revistas, jornais), como uma força significativa na sociedade e permitiu a comunicação e a interação através de grandes distâncias, entre um maior número de pessoas, do mesmo modo que tornou possível armazenar e acumular informações ao longo dos anos. Como resultado, os meios de comunicação ajudaram a mudar uma sociedade agrária e feudal e a criar instituições

modernas.

Thompson (1995) enxerga uma forte conexão entre a mediatização e suas consequências culturais e o surgimento de grandes organizações de media em níveis nacional e global. A produção e distribuição de produtos simbólicos por parte dessas corporações mudou os fluxos de comunicação na sociedade, tanto entre instituições quanto entre instituições e indivíduos.

Dito isso, a utilização do termo mediatização é o conceito central em uma teoria sobre a importância intensificada e mutante dos media dentro da cultura e da sociedade. Por mediatização entendemos o processo pelo qual a sociedade, em um grau crescente, está submetida a ou se torna dependente dos media e de sua lógica. Esse processo é caracterizado por uma via de mão dupla, em que os meios de comunicação passaram a estar integrados nas operações de outras instituições sociais, ao mesmo tempo, em que também ganharam o status de instituições sociais em pleno direito. Como consequência, a interação social – dentro das respectivas instituições, entre instituições e na sociedade em geral – acontece através dos meios de comunicação. Quando mencionamos o termo lógica dos media, referimo-nos ao *modus operandi* institucional, estético e tecnológico dos meios, incluindo as maneiras pelas quais eles distribuem recursos materiais e simbólicos, funcionando com a ajuda de regras formais e informais. A lógica dos media influencia o modo como a comunicação toma forma, por exemplo, a maneira como a política é discursivamente construída nos textos dos veículos de comunicação (Altheide & Snow, 1979); a lógica dos media também influencia a natureza e a função das relações sociais, bem como os emissores, o conteúdo e os recetores da comunicação.

O grau de dependência dos meios de comunicação varia entre as instituições, os campos e a organização da sociedade. A mediatização não é um processo universal que caracteriza todas as sociedades, muito menos um processo equitativo, igualitário. Ela é, essencialmente, uma tendência que adquiriu terreno, particularmente nos últimos anos do século XX em sociedades altamente industrializadas e principalmente ocidentais, como por exemplo, Europa, EUA, Japão, Austrália e outras sociedades com esses formatos. Para Hjarvard (2008), conforme a globalização avança, cada vez mais regiões e culturas serão afetadas pela mediatização, mas provavelmente haverá diferenças consideráveis na influência que esta exerce. A globalização está relacionada com a mediatização de, pelo menos, duas maneiras: por um lado, a globalização pressupõe a existência de meios técnicos para estender a comunicação e a interação através de longas distâncias e, por outro lado, ela impulsiona o processo de mediatização através da institucionalização da comunicação e da interação mediadas em muitos novos contextos.

Gomes (2008), assemelha a mediatização à chave hermenêutica para a compreensão e interpretação da realidade, por aflorar a natureza comunicativa e comunicacional das culturas e das sociedades. O conteúdo dos fenômenos da mediatização desemboca em processos mediáticos, abrangentes.

tes, acelerados. Dessa maneira, segundo Sbardelotto (2016), a mediatização pode ser entendida como um metaprocesso sociocomunicacional, visto que os processos mediáticos possibilitam e organizam a construção de sentido e a interação social entre indivíduos, dentro de instituições e grupos sociais, entre si e a sociedade em geral, dependendo de cada contexto. Entendida como um processo, a mediatização não pode ser descontextualizada nos níveis histórico, social e cultural.

Na opinião de Krotz (2007) a mediatização molda e preserva as condições de vida social a longo prazo, no nível micro (ações e as práticas individuais de produção de sentido), quanto em nível médio (as atividades das instituições e organizações sociais), e ainda em nível macro (na perspectiva de um processo social, cultural e identitário).

Compreende-se, assim, que as redes sociais alterem as dinâmicas das relações, ao mesmo tempo que as criam:

a mediatização abrange dois movimentos simultâneos e dialéticos. De um lado, ela é fruto e consequência das relações, inter-relações, conexões e interconexões da utilização pelas sociedades dos meios e instrumentos comunicacionais, potencializados pela tecnologia digital. De outro, ela significa (ressignifica, grifo nosso) um novo ambiente social que incide profundamente nessas mesmas relações, inter-relações, conexões e interconexões que constroem a sociedade contemporânea. A sociedade é (está, num processo constante, grifo nosso) em mediatização. O ser humano é em mediatização (GOMES, 2015, p.53).

Trata-se de um processo de reciprocidades, incidindo, por um lado, sobre como a sociedade utiliza os meios comunicacionais, por meio de aspetos incentivados e disponíveis no meio em que circulam, e por outro lado, sobre como essas relações, conexões vividas nesses ambientes digitalizados, alteram profundamente as experiências em sociedade, bem como as experiências no campo do sagrado. Nesse sentido, a ambiência da mediatização não é só o conjunto ou a soma das media e dos processos sociomediáticos. A mediatização, portanto, tem algo de relativo aos sistemas e processos mediáticos que a originam (aspeto dedutível), mas também algo de absoluto em sua novidade fenomênica, que, por sua vez, condiciona aqueles sistemas e processos (aspeto irredutível) (cf. MORIN, 2008).

Dialogando com SBARDELOTTO (2016), entendemos a mediatização como metaprocesso comunicacional, constituído pelos processos mediáticos emergentes no eixo do espaço e pelas transformações comunicacionais evolutivas de sociedades e culturas no eixo do tempo, em complexidade, aceleração e abrangência cada vez maiores⁵².

Com clareza, trata-se de um fenómeno comunicacional em crescimento, que se revela a partir de determinadas condições provenientes da história e da cultura, que diante das transformações

⁵² A evolução da escrita à mão até à imprensa levou 4.500 anos. A evolução da imprensa até ao processamento de textos demorou somente 500 anos, e a evolução da linguagem baseada em computadores até ao primado da internet estendeu-se por apenas 50 anos. A evolução da internet até à web durou somente dez anos, e agora novos formatos baseados na rede (blogs, iTunes, iPods, podcasts, etc.) vão aparecendo em questão de meses". (LOGAN, 2012, p. 203).

sociotécnicas evoluem desde as origens dos registos da vida humana até ao ambiente comunicacional que temos hoje.

De um lado, temos o eixo do tempo que nos insere na perspetiva de uma evolução cronológica que vai dos primórdios da consciência e chega aos dias atuais. O segundo eixo situa-se na dimensão qualitativa, de complexidade crescente nas relações, inter-relações e interconexões humanas. É a bisetriz de ambos que espelha a flecha simbólica da evolução humana (GOMES, 2013, p.137).

Mais próximo do objeto de estudo desta tese, Sbardelotto (2016) aponta para a mediatização digital da religião, explícita no espaço, diante de práticas comunicacionais em torno da netnografia dos terreiros em Portugal (*grifo nosso*). Estas por sua vez, retroalimentam o “caldo” histórico da mediatização, que se desdobra no eixo do tempo, dinamizando as transformações evolutivas (em sentido de gradualidade, não necessariamente de melhoria) das religiões com influências africanas, brasileiras, como é a Umbanda e o Candomblé na produção e nas ações de comunicação.

Com efeito, a mediatização é também um potenciador da palavra e do aumento dos fiéis, sejam eles de que crença for. Quando falamos nos rituais mediatizados, baseamo-nos em várias fontes, incluindo o trabalho de Grimes (2006, 2011) e Cottle (2006) sobre o ritual, e Hjarvard (2012), Lundby (2014) e Sbardelotto (2016) sobre mediatização. Grimes (2006, 2011) e Cottle (2006) baseiam-se na ideia de ritual como cultura adaptável e prática social suficientemente flexível para constituir e/ou desafiar sentimentos coletivos em certas condições, numa variedade de diferentes contextos relacionados com os media. Seguem-se uma útil definição de rituais mediatizados:

fenómenos de media excepcionais e performativos que servem para sustentar e/ou mobilizar sentimentos coletivos e solidariedades com base na simbolização e uma orientação subjuntiva para o que deve ou deveria ser. (Cottle 2006, p. 415)

Nessa perceção, os rituais mediatizados são concebidos como uma classe identificável de promulgações performativas dos media em que o sólido é invocado e as ideias morais do “bem social” são desencadeadas na vida pública das sociedades (Cottle 2006, pp. 411-412). Rituais mediatizados são tipicamente reconhecidos em eventos considerados excepcionais e, portanto, poderosos o suficiente para compreender ou nutrir a atenção dos media. Além disso, rituais mediatizados consistem em certos elementos performativos embutido na comunicação simbólica. Em muitos casos, essas práticas rituais são dispersas em torno de diferentes plataformas de media e sites, e aparecem dispersos no tempo e no espaço. Consequentemente, pode ser de valor discutir rituais mediatizados no quadro de um processo relativamente aberto em vez de uma prática estritamente fixa (e, portanto, fechada).

Em consonância com a fluidez tecnológica, os rituais mediatizados rezam uma cartilha ela-

borada para, tal como os meios digitais, serem transitórios, passageiros e marcantes. Quando trazemos para o nosso debate a mediatização dos rituais com mais detalhe, deve-se notar que o processo mediático faz muito mais do que “apenas” reportar ou mediar rituais (Cottle 2006, p. 415). Rituais são sempre mediados, pois não há comunicação humana sem mediação (ver, por exemplo, Meyer 2013), mas no processo de mediatização, os media fazem muito mais. Ele também transformam e formam os objetos e práticas sobre os quais se está comunicando. Nessa perspectiva, a mediatização de rituais trata de mudança (Couldry & Hepp 2013; Lundby 2014). Além disso, para examinar rituais mediatizados requer-se uma abordagem que dê ênfase especial ao processo pelo qual o ritual, em grau crescente, se torna dependente dos media e da sua lógica. Esse processo, como apontado por Hjarvard (2012), é caracterizado por uma profunda dualidade. Primeiro, os media tornam-se extensivamente integrados nas operações de esferas e práticas rituais, e segundo, os media também assumem funções rituais por conta de si próprias. Dito isto, há uma certa dupla dinâmica, por exemplo, a saturação de rituais nos media e a ritualização dos media em jogo na mediatização. Isso é particularmente aparente nos casos em que rituais tradicionais, como casamentos, coroações ou funerais da classe dominante são trazidos para o centro da esfera dos media.

Uma maneira de desenvolver a nossa compreensão da mediatização dos rituais ainda é discutí-los em contextos empíricos. De acordo com Cottle (2006), o modo como a mediatização dos rituais funciona numa determinada situação deve ser uma questão empírica, não teoricamente dada *a priori*.

Dentro desse processo, podemos distinguir entre uma forma direta (forte) e uma forma indireta (fraca) de mediatização (Hjarvard, 2004). A mediatização direta refere-se às situações em que uma atividade antes não-mediada se converte em uma forma mediada, ou seja, a atividade é realizada através da interação com um meio. Trazemos para exemplificar como fruto de uma mediatização direta, um ritual de Umbanda, a transformação da festa do terreiro, ao ser transmitida online. Antes, dependia de pessoas presentes nos locais de culto, agora, cada vez mais os rituais das diversas religiões são pensados para ocupar as plataformas digitais, com o auxílio da linguagem tecnológica. Ao analisarmos as festas, elas permanecem as mesmas: as regras são iguais (em tempos de pandemia, existe uma clara restrição da quantidade de gente que irá participar das cerimónias, como uma questão de respeito às normas de segurança e distanciamento social); a organização em termos de indumentárias, roupas nas cores dos orixás, comidas para servi-los, além da logística apropriada para o momento, que permanece idêntica ao ritual pensado anteriormente, para ser vivido apenas no terreiro, com a presença física dos fiéis. A utilização do computador abre inúmeras possibilidades, pode-se celebrar a distância, sem ter que estar fisicamente nos locais das cerimónias; podemos desconectar e voltar a conectar quando quisermos; podemos assistir ao culto inúmeras vezes (a internet possibilita gravar, e armazenar os vídeos, passíveis de serem consultados sempre que se tenha vontade).

A experiência de se estar sentado em frente a um computador altera obrigatoriamente a interação de alguém no tempo e no espaço. A obrigatoriedade de se estar nos espaços físicos é repensada numa dimensão macro do processo da fé, sendo legítimo considerar a hipótese de que a fé pode e é vivida no domínio online. Essas opções citadas influenciam a experiência de viver o sagrado, bem como o contexto cultural em que o culto é vivido, tanto fisicamente quanto em rede.

Um exemplo de mediatização indireta trazido por Hjarvard (2012) é o desenvolvimento do discurso intertextual entre os meios de comunicação e outras instituições da sociedade. Por exemplo, o conhecimento dos brasileiros sobre os EUA também se deve às narrativas dos meios de comunicação (facto e ficção) sobre o país; como consequência, as discussões políticas brasileiras sobre os EUA também estão entrelaçadas com representações mediáticas da cultura, dos costumes e da história norte-americanos. Concordamos que as duas formas de mediatização, tanto direta, quanto indireta operam em combinação.

No entanto, a mediatização para Hjarvard (2012) é um processo da sociedade que chama para conversa estudiosos dos meios de comunicação e sociólogos, e um conceito teórico que só pode ser compreendido através de uma combinação entre Sociologia e os Estudos dos Meios de Comunicação. A mediatização deveria ser vista como um processo de modernização em paridade com a urbanização e a individualização, em que os meios de comunicação, de forma semelhante, tanto contribuem para desvincular as relações sociais de contextos existentes quanto para reinseri-las em novos contextos sociais. Assim, a mediatização é um processo moderno recente distinto que, para citar John B. Thompson, é “parcialmente constitutivo das sociedades modernas, e parcialmente constitutivo do que é moderno nas sociedades em que vivemos atualmente” (Thompson, 1990: 15).

Para materializarmos o que estamos a discutir sobre mediatização, apresentamos agora as nossas análises das páginas do *Facebook* do Terreiro Espiritual de Umbanda, Caboclo Nharauê, do Templo Lendas de Aruanda e do Templo de Urubatão, juntamente com os sites institucionais dos terreiros. Passemos então à nossa terceira análise, já que as duas anteriores já foram expostas na metodologia.

4.2 Análise da página no *Facebook*, Terreiro Espiritual de Umbanda, Caboclo Nharauê

Figura 55 - Terreiro Espiritual de Umbanda, Caboclo Nharauê



Dados do *Facebook* T.E.U, visto em abril de 2021.

A página do Terreiro Espiritual de Umbanda Caboclo Nharauê, criada em 25 de julho de 2011, conta com 3.358 curtidas, além das 3.472 pessoas que seguem a página. Ao entrarmos no espaço, é possível ver ainda o número do telefone, o site da organização religiosa (www.caboclonharaue.com), o e-mail (associacaoteucaboclonharaue@gmail.com).

Aos interessados, o terreiro está localizado em: Sítio Murtais - Moncarapacho - Olhão - Algarve, em Coimbra, no Armazém da Mesal, n.1 - Cernache e em Sintra, na Rua António José da Silva e Castro s/n - Maceira. Os trabalhos são realizados terças e quartas (foram alterados devido a pandemia). Quem quiser participar pode contactar diretamente o líder religioso e pai de santo, Pai Cláudio de Obaluaiê pelo telemóvel xxx.

Ao nos debruçarmos sobre a página nos meses de setembro e outubro, percebemos que no *Facebook*, para além dos assuntos religiosos, o espaço abriga mensagens otimistas, de autoajuda, como a publicada para começar o mês, no dia 1 de setembro de 2020. A postagem contou com 41 curtidas, corações, e dois comentários. A produção demonstra que o terreiro coloca-se disponível também em rede, para se aproximar do internauta por razões que vão além do campo do sagrado, propriamente dito. Dois dias depois, a 3 de setembro, um comunicado foi publicado, juntamente com uma fotografia das pessoas vestidas de branco, numa mata aberta, reunidas em São Pedro de

Moel, de braços dados para o encerramento de mais um trabalho. O comunicado informava que devido às medidas do combate à pandemia, quatro pessoas ficariam responsáveis pelo preenchimento com nome e telemóvel, com a finalidade de controlar a quantidade de participantes. A postagem também informa que mesmo para as pessoas que tenham dado nome e contato no primeiro dia, será preciso se identificarem nos outros dias. A informação conta com um agradecimento e a assinatura do Pai do terreiro, Cláudio de Obaluaiê. O *post* armazenou 53 curtidas e corações, e contou com um comentário de agradecimento e pedido de bênção.

Figura 56 e 57 - Imagens do *Facebook* do T.E.U



Dados do *Facebook* T.E.U, visto em março de 2021.

Nesse mesmo dia, à noite, foi publicado o menu com os preços detalhados, para quem pretende fazer as refeições no parque de campismo, local onde são realizadas festas em homenagens às entidades, numa referência à importância da preservação ambiental, no cuidado com as matas, com o respeito ao meio ambiente. O *post* disponibiliza os números de telefone e informa que quem fez reserva nos *bungalows* tem o café da manhã incluído. Essa informação obteve quatro curtidas e dois compartilhamentos.

No dia 7 de setembro, o texto colocado online, cujo título foi ‘Religião, Respeito e Humildade’, fala da confiança na entidade (na força invisível) venerada nos terreiros e chamada de Ob-

aluaiê, o Orixá da cura e protetor da saúde, costuma estar representado com o corpo coberto com palhas e carregando pipocas.

“Enquanto OBALUAIÊ/OMOLU⁵³ for o dono do solo onde sustenta meu corpo, meu lar e meu mundo, de nada eu terei medo. Enquanto eu acreditar que a pipoca for antídoto para curar a minha alma, e fazer transformações de dentro para fora assim como a mesma, de nada eu terei medo. Enquanto eu crer que atrás de suas palhas é algo que brilha mais que o sol, de nada eu terei medo. Obaluaiê/Omolu é de onde viemos, para onde iremos, o início, o fim... O recomeço. À sagrada terra de onde habita o Humano e o Inumano! Eu não terei medo do mal, do obscuro pois Obaluaiê/Omolu é o meu escudo. Atotô! Silêncio”.⁵⁴

Nos comentários estão o de Márcia Oliveira, por exemplo: “Atotô!! Silêncio”! O de Cláudia Barbosa, em que ela reverencia a entidade com a saudação específica: “Atotô”. Angelina Maria Valdá traz um salve. Com um cumprimento, Bia Seidl enfatiza: “Atôtô.” O *post* contou com 98 curtidas e corações, cinco comentários e 7 compartilhamentos.

Figura 58 - Imagens do *Facebook* do T.E.U



Dados do *Facebook* T.E.U, visto em março de 2021.

Na sexta-feira, dia 11 de setembro, às 10h48, o terreiro publicou a reflexão do dia, o horário fica disponível ao colocarmos o rato em cima da data. O *post* aberto (como os outros, o que signifi-

⁵³ Responsável pela terra, pelo fogo e pela morte, é temido pelos humanos. Segundo as histórias, não se consegue esconder nada deste Orixá, pela capacidade que tem de enxergar detalhes. Por outro lado, Omolu, por conhecer o sofrimento, devido ao facto de carregar uma enfermidade, não quer que as pessoas passem por essa dor, estando associado também à cura. Sendo assim, Omolu tem o poder de causar uma epidemia, e ao mesmo tempo de curar qualquer mal. Nenhum humano pode ver Omolu sem a palha, porque seu brilho é intenso como o sol; por isso, ele apresenta-se vestido de palha e está sempre curvado, como quem sente imensa dor e sofrimento. Informações em: <https://www.iquilibrio.com/blog/espiritualidade/umbanda-candomble/tudo-sobre-obaluaie/> Acesso em: abr. 2021

⁵⁴ Disponível em: <https://www.facebook.com/TEUMBANDA>

ca que qualquer pessoa pode aceder, comentar e compartilhar as postagens, mesmo não curtindo a página, traz uma mensagem otimista), significando que, mesmo não seguindo aquela crença, todo o usuário da rede social teria acesso à informação publicada pelo terreiro.

As palavras de ânimo trazidas pela mensagem contaram com 64 curtidas e corações, cinco comentários e três compartilhamentos. Na informação, enfatiza-se a importância de se começar o dia com palavras que exprimem força, positividade, como “Agradecer, Amar e Fé”. Para cada palavra, um complemento fundamentado em ensinamentos bíblicos: “Agradecer a Deus por todas as coisas. Amar a vida que Deus te deu. Fé para crer que tudo sempre dará certo”. O bom dia é seguido da frase: “Tudo posso naquele que me fortalece”, Filipenses 4:13, como podemos ver na imagem abaixo.

Figura 59 - Imagens do Facebook do T.E.U



Dados do Facebook T.E.U, visto em março de 2021.

Como podemos ver apenas os comentários que o templo considera mais relevantes, fica-se simultaneamente com a ideia de que se aplica um filtro por forma a que o terreiro dê uma determinada ideia de si próprio na página, página essa administrada pela liderança daquele terreiro. Para essa postagem específica, os agradecimentos através da palavra gratidão ou do símbolo das duas mãos juntas, ou sozinhas ou acompanhadas com o trevo de quatro folhas, e com um girassol, fizeram parte da informação publicada.

Seis dias depois, no dia 17 de setembro, o Terreiro Espiritual de Umbanda, Caboclo Nharauê adicionou uma chamada para o Workshop Elemento Fogo, realizado no dia 1 de outubro. Ao clicarmos no convite para participar do Workshop, vemos a seguinte mensagem:

“... através do fogo primordial tudo se inicia e purifica, pois as labaredas de Elegbara impulsionam o universo na sua força criadora. Neste workshop iremos passar por todos os elementais de Fogo, entrando no movimento de Ogum com a estrutura e direção de Oxumaré, para chegarmos a Xangô onde o merecimento concretiza o ciclo do Fogo. O Workshop traz consigo, dinâmica e teórica para que o afoxé se cristalice em conhecimento”.⁵⁵

O valor cobrado para participar na atividade é de 25€, usufruindo o associado de um desconto de 5€. Impõe-se um limite ao número de participantes por uma questão de segurança e também devido às orientações da Direção Geral de Saúde (DGS). As dúvidas, se tidas, podem ser encaminhadas para as Relações Públicas ou teu.corrente@gmail.com para mais informações e inscrições.

O *post* contou com resposta de 23 pessoas, interessadas em participar do *Workshop*, além das 13 curtidas e corações.

Figura 60 - Imagens do *Facebook* do T.E.U



Dados do *Facebook* T.E.U, visto em março de 2021.

Nesse mesmo dia, 17 de setembro, às 17h23, publicou-se um calendário com diversos cursos entretanto realizados até ao final do ano passado. Com inscrições limitadas, dando continuidade ao respeito às normas da DGS, a agenda publicada, abarcando o período de outubro até dezembro de 2020, trazia algumas surpresas, como se dizia na página, entre elas, cursos internos e externos. As atividades, abaixo disponibilizadas, tinham o intuito de proporcionar melhor compreensão desse

⁵⁵ Disponível em: <https://www.facebook.com/TEUMBANDA>

universo místico, repleto de trabalho e organização, para que a religião fosse para além dos momentos festivos, cumprindo uma função social. O *post* registou 47 curtidas e corações, quatro comentários e dois compartilhamentos.

Calendário de atividades do Terreiro Espiritual de Umbanda, Caboclo Nharauê

- 1 Outubro - Elemento Fogo (Aberto ao público)
- 10 Outubro - Introdução à Umbanda (Aberto ao público)
- 15 Outubro - Elemento Terra (Aberto ao público)
- 17 e 18 Outubro - Curso MPs - Podem participar Borilados com ou sem Passe bem como médiuns em preparação
- 24 e 25 Outubro - Curso e Encontro MFs - Podem participar Médiuns Feitos e médiuns com ordem para fazer feitura
- 1 Novembro - Curso Cambono - Repetição - Podem participar MDA's e Cambonos
- 7 e 8 Novembro - Curso MPs - Podem participar Borilados com ou sem Passe bem como médiuns em preparação
- 12 Novembro - Elemento Água (Aberto ao público)
- 21 Novembro - Introdução à Umbanda (Aberto ao público)
- 26 Novembro - Elemento Ar (Aberto ao público)
- 5 e 6 Dezembro - Curso do Xirê

Figura 61 - Imagens do Facebook do T.E.U

The image shows a Facebook post from T.E.U. The main content is a calendar for October and November 2020. The calendar is divided into two sections: October (top) and November (bottom). The October section lists activities on specific dates: 1st (Workshop Fogo), 10th (Introdução à Umbanda), 15th (Workshop Terra), 17-18th (Curso MPs), 24-25th (Curso e Encontro MFs), 1st (Curso Cambono), 7-8th (Curso MPs), 12th (Elemento Água), 21st (Introdução à Umbanda), and 26th (Elemento Ar). The November section lists activities on 5-6th (Curso do Xirê). The calendar is color-coded by day of the week. To the right of the calendar are several user comments in Portuguese, including 'Sónia Paço Gratidão. Boas novas.', 'Nedia Baltazar Obrigada pela partilha da informação', 'Ana Filipa Santos Que bom. Lindas novidades', and 'Cláudia Barbosa Gratidão'. The post has 47 likes and 4 comments.

Dados do Facebook T.E.U, visto em março de 2021.

No segundo Workshop Elemento Terra, aberto ao público, um pequeno texto na página criada para o evento explica:

“Entramos na abundância e força transformativa da Terra através Obaluaiê, guiados pela busca de Oxóssi para acordarmos o Sagrado do nosso interior. Vamos deixar que o bem estar de Ossaim entre nas nossas vidas trazendo o equilíbrio para que possa-

mos filtrar as nossas emoções em Obá. Neste workshop iremos passar por todos os elementais de Terra, para que entremos nessa abundância fértil em realidade e conhecimento.”⁵⁶

O valor cobrado para participar da atividade é o de 25€, tendo o associado um desconto de 5€. O número de participantes, limitados por uma questão de segurança, e também, devido às orientações da Direção Geral de Saúde (DGS). As dúvidas, se tidas, podiam ser encaminhadas para as Relações Públicas ou teu.corrente@gmail.com, para mais informações e inscrições.

Figura 62 - Imagens do *Facebook* do T.E.U



Dados do *Facebook* T.E.U, visto em março de 2021.

No dia 21 de setembro, faltando exatamente dois meses para o curso, “Introdução à Umbanda”, realizado a 21 de novembro, o usuário que acesse a página do terreiro iria encontrar uma chamada para a atividade. Ao clicar no evento, o *Facebook* redirecionava para a página criada com a finalidade de explorar o que é a Umbanda, como nasceu, quais as influências que a tornam uma religião diferente das outras.

“Este curso é pensado de forma a acolher quem já conhece um pouco e quem nunca conheceu, passando pelo entendimento das várias linhas de trabalho (o que é um Caboclo, o que é a Esquerda, etc.) e finalizando em conhecimento para iniciar um Peiji (altar), saber preparar um banho espiritual bem como saudar entidades e acompanhar os rituais(giras) através do Paó e Corimba”.⁵⁷

⁵⁶ Disponível em: <https://www.facebook.com/TEUMBANDA>

⁵⁷ Disponível em: <https://www.facebook.com/TEUMBANDA>

O valor do curso foi de 70€, com os mesmos 5€ de desconto dado aos associados. O terreiro demonstrou cuidado e respeito em relação às normas da DGS, tais como o cumprimento de normas de distanciamento, uso de máscara e número limitado de pessoas, demonstrando assim preocupação em preservar a saúde dos fiéis.

Figura 63 - Imagens do *Facebook* do T.E.U



Dados do *Facebook* T.E.U, visto em março de 2021.

Nesse mesmo dia, 21 de setembro, foram divulgados mais dois *workshops* Elemento Água e Ar, ambos agendados para novembro. O primeiro, na descrição do curso, adota um tom explícito para os Orixás voltados para esse elemento da natureza:

“Nascemos e moldamos através da força regenerativa de Nanã⁵⁸ dando seguimento à determinação de Oxum nas suas águas doces. Através destas águas iremos chegar à consciência de Iemanjá⁵⁹ elevando pelo ar a água que não precisamos usando a subli-

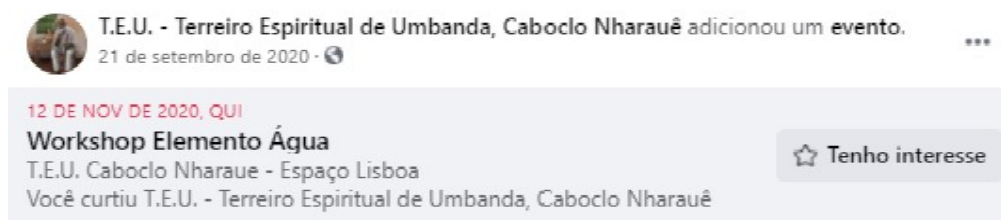
⁵⁸ Sincretizada no catolicismo como Sant'Anna, seria a Orixá das águas paradas e escuras, lagos e lagoas, pântanos, lodos, poços, lama, barro. É a Orixá mulher mais velha, representada pela cor lilás ou roxo.

⁵⁹ Divindade das águas salgadas. Considerada a mãe de todos os Orixás. No tempo antigo, se faltasse água na região, quando *Yemoja* dormia e, no seu sono, se voltasse da esquerda para a direita, as fontes jorravam. Representada por uma mulher grávida, é o símbolo da maternidade. As mãos estão ao lado do ventre e ela tem seios fartos. Fazem-se alusões a isso em cantigas e *orikis*: “Nossa mãe de tetas chorosas”. * VERGER, P. Notas sobre o Culto aos Orixás e Voduns na Bahia de Todos os Santos, no Brasil e na antiga costa dos escravos, na África. Tradução: Carlos Eugênio Marcondes. – 2. ed., 1.reimpr. – São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2012.

mação de Ewá. Para a plenitude do ciclo de água, vamos acordar às águas que são nossas para que possamos sentir o nosso teor acrescentando ou evaporando o que for necessário”.⁶⁰

O valor cobrado para participar na atividade foi de 25€, com desconto de 5€ para os associados. O número de participantes foi limitado por uma questão de segurança e, também, devido às orientações da Direção Geral de Saúde (DGS). As dúvidas, se tidas, podiam ser encaminhadas para as Relações Públicas ou teu.corrente@gmail.com, para mais informações e inscrições.

Figura 64 - Imagens do *Facebook* do T.E.U



Dados do *Facebook* T.E.U, visto em março de 2021.

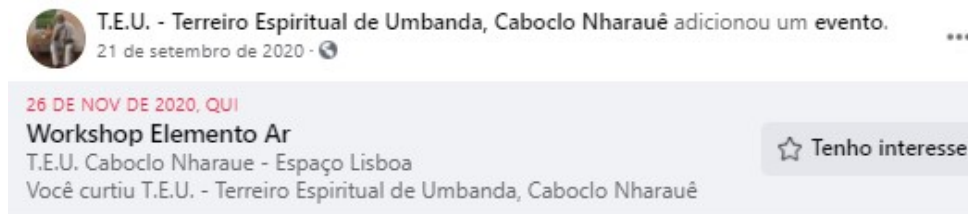
Sobre o elemento ar, na descrição do curso, encontramos:

“o ar traz a expansão, liberdade e expressão criativa, tal como a cigana que dança ao entardecer rodeada de borboletas para no novo dia viajar. Iansã traz o espaço, o vento que leva tristeza e expande a alegria para que depois o Tempo dê a diversidade no espaço e se torne ilimitado. Tudo o que é pesado não viaja, estagna e através de Ifá encontramos o essencial para que possamos viver livres. Quando o ciclo se completa conseguimos sintetizar os elementais em Oxalá, na elevação da Fé e da luz, aceitando todas as diferenças com o sorriso dos Erês⁶¹”.

⁶⁰ Disponível em: <https://www.facebook.com/TEUMBANDA>

⁶¹ Considerados espíritos infantis, teriam desencarnado muito cedo. A idade varia, em geral, entre os 2 a 8 anos. “As crianças ensinam ao mais sisudo dos médiuns e/ou aos irmãos da assistência a importância da alegria, da leveza, do lúdico, do despertar e dos cuidados para com a criança interior” (BARBOSA JR, 2016, p. 105). Apresentam-se como crianças, representados nas cores rosa e azul. Falam com vozes infantis e gostam de brinquedos, doces, frutas e refrigerantes. No significado das entidades, representam a inocência e a alegria. Disponível em: <https://www.facebook.com/TEUMBANDA>

Figura 65 - Imagens do *Facebook* do T.E.U

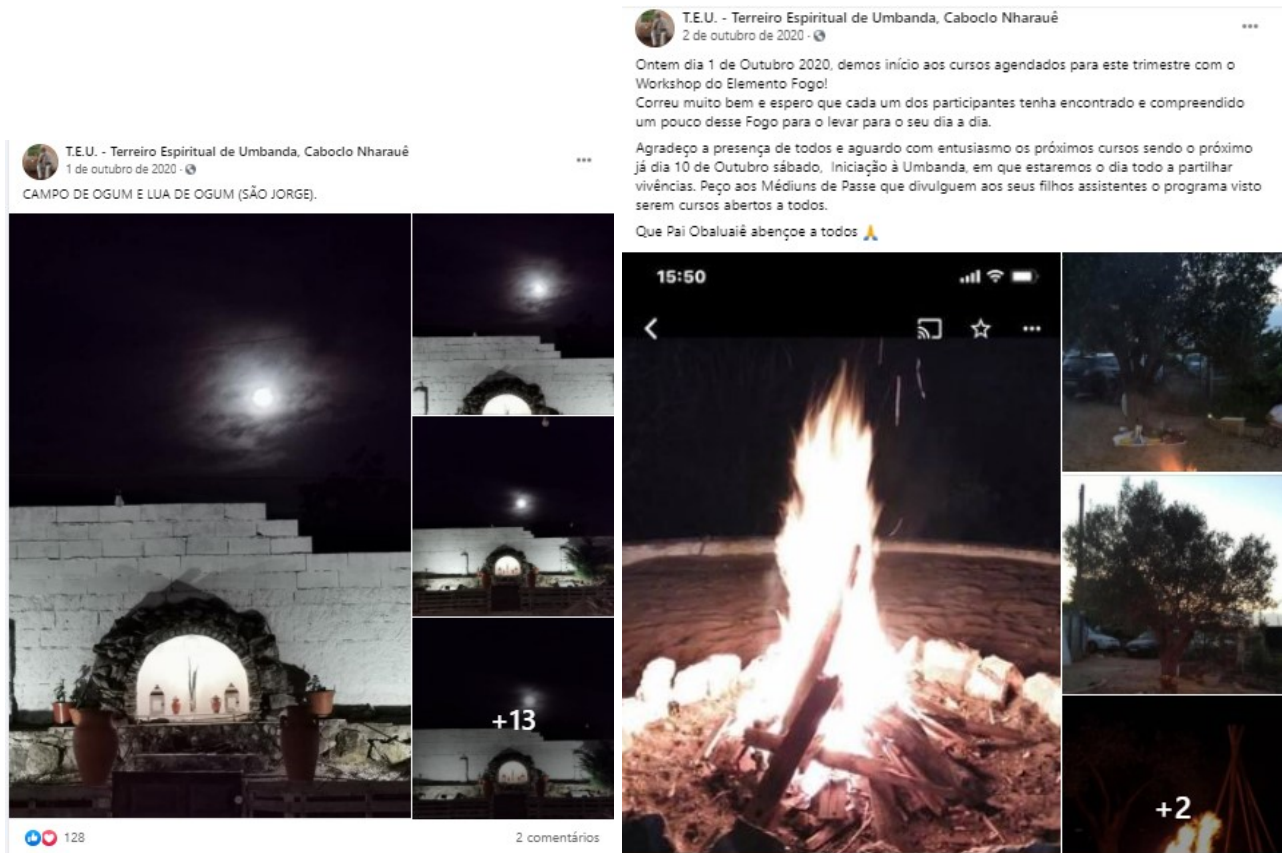


Dados do *Facebook* T.E.U, visto em março de 2021.

No mês seguinte, no primeiro dia de outubro, foi publicada uma imagem da lua, num jardim, num espaço aberto, com um local específico para os pedidos e oferendas dos orixás, que aparece iluminado. A postagem que recebeu a legenda: Campo de Ogum e Lua de Ogum (São Jorge) registrou 128 curtidas e corações, e dois comentários. O primeiro de Cláudia Barbosa: “Sua bênção pai. Maravilhoso.” E o segundo de Carlos Manuel Ruivo Nogueira: “Simplesmente lindo”. Observamos que os responsáveis em administrar a página do terreiro não reagem e não respondem aos comentários.

No dia seguinte, 2 de outubro, um *post* que falou sobre o início dos cursos agendados sobre os quais já falámos anteriormente, como parte do calendário dos workshops. No *post*, uma frase em que definia que “o curso correu bem e espera que cada um dos participantes tenha encontrado e compreendido um pouco do Fogo para levar para o seu dia a dia”. Há um explícito agradecimento pela participação e um convite para o próximo workshop, que iria decorrer no dia 10 de outubro, sob o tema: “Iniciação à Umbanda”, com informações sobre a crença. Neste registo, 61 pessoas curtiram e aparecem um emoji de coração, um comentário com um emoji e dois compartilhamentos.

Figura 66 e 67 - Imagens do *Facebook* do T.E.U



Dados do *Facebook* T.E.U, visto em março de 2021.

No dia 5 de outubro, foi escrita uma mensagem da dificuldade de realizar o curso de Introdução a Umbanda no dia 10 de outubro, por isso, a duração e o valor do curso foram alterados. Ficando o dia 10 cancelado, o curso foi remarcado para 21 de novembro. Nas reações, 43 pessoas curtiram e colocaram o coração, existiu um comentário e três compartilhamentos.

No dia 19 de outubro, uma mensagem sobre a importância do amor foi disponibilizada aos internautas. O vídeo do “Simplesmente, ame”, veio acompanhado de um bom dia e de uma ótima semana a todos. Vemos 18 curtidas e corações, e dois compartilhamentos. Procuramos o nome do senhor que fala no vídeo (Sacada de Mestre), mas não conseguimos encontrar. Transcrevemos a mensagem e colocamo-la logo a seguir.

“Diz um conto israelita que um jovem foi visitar um sábio conselheiro contou-lhe sobre as dúvidas que tinha a respeito do amor. O sábio escutou, olhou nos olhos e disse apenas uma coisa: ame e se calou. E o rapaz então interveio, mas ainda tenho dúvidas. Ame, disse-lhe novamente o sábio. E diante do desconcerto do jovem ali, parado, depois de um breve silêncio, o sábio continuou. Meu filho, amar é uma decisão, não é um sentimento. Amar é dedicação, entrega. Amar é um verbo e o fruto dessa ação é o amor. O amor é um exercício de jardinagem, arranque o que faz mal, prepa-

re o terreno, semei, seja paciente, regue e cuide e esteja preparado porque haverá pragas, haverá secas, e também excessos de chuva, mas nem por isso, abandone o seu jardim. Ame. Ame, aceitando, valorizando, respeitando, dando afeto, dando ternura, admirando e compreendendo. Simplesmente ame, sabe porquê? Porque a inteligência sem amor te faz perverso. A justiça sem amor te faz implacável. A diplomacia sem amor te faz hipócrita. O êxito sem amor te faz arrogante. A riqueza sem amor te faz avarento. A docilidade sem amor te faz ser vil. A pobreza sem amor te faz orgulhoso. A beleza sem amor te faz ridículo. Autoridade sem amor te faz tirano. O trabalho sem amor te faz escravo. A simplicidade sem amor te deprecia. E a vida sem amor não tem nenhum sentido. A vida sem amor não tem nenhum sentido. Simplesmente, ame. Ame, simplesmente”.⁶²

Figura 68 - Imagens do Facebook do T.E.U

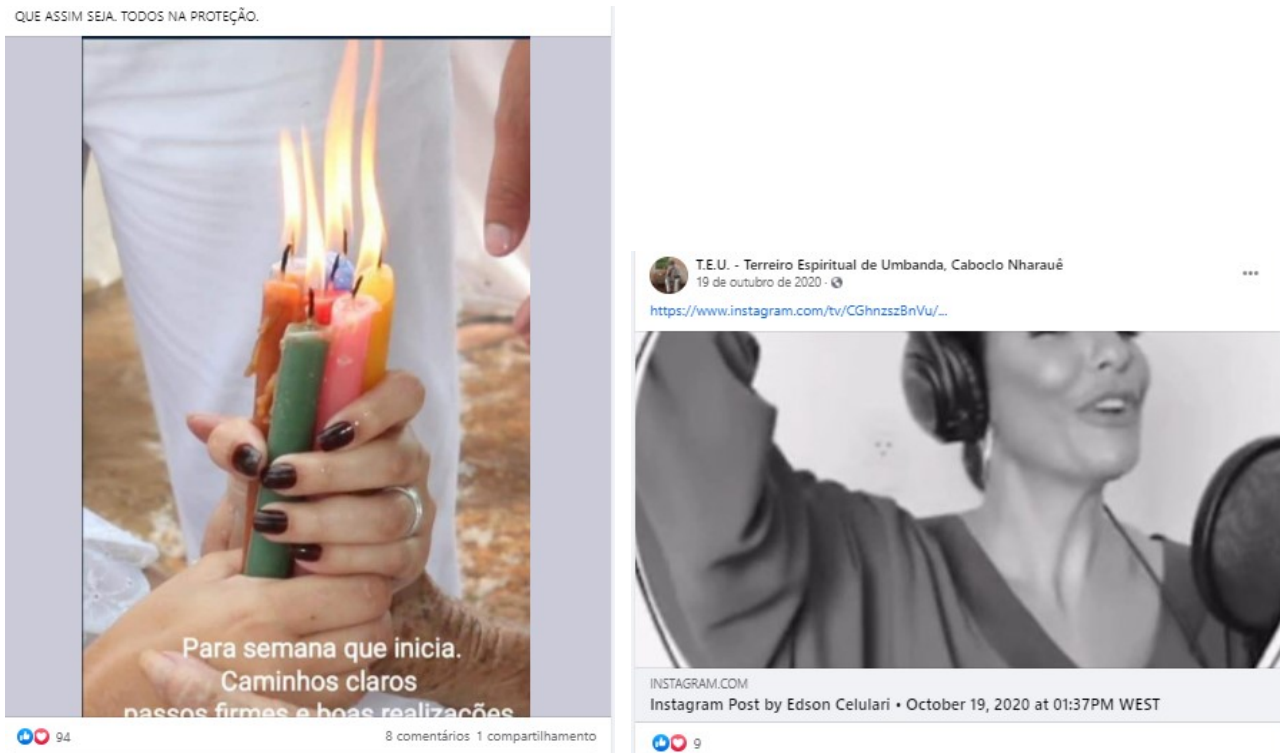


Dados do Facebook T.E.U, visto em março de 2021.

Nessa mesma data, à tarde, às 13h31, o terreiro publica uma fotografia, com mãos jovens e de pessoas com mais idade juntas, segurando velas coloridas com o texto: “Que assim seja. Todos na proteção”. As 94 curtidas e corações estiveram ao lado dos oito comentários. Por exemplo, Ana Filipa que dizia: “Que imagem linda”. Já Lenir Barbosa digitou: “Salve”. Vera Lacerda escreveu: “Salve Caboclo”, Emília Oliveira digitou ‘igual’, com um coração vermelho e amarelo no final. Luciene Souza colocou a saudação mais conhecida e mais falada nos terreiros: “Axé”. Angelina Maria trouxe o “salve” de novo e Laura Neto recorreu a quatro corações, vermelho, azul, roxo e amarelo. Patrícia Rosa, por sua vez, reproduziu um emoji de menina com o coração.

⁶² Disponível em: <https://www.facebook.com/TEUMBANDA>

Figura 69 e 70 - Imagens do *Facebook* do T.E.U



Dados do *Facebook* T.E.U, visto em março de 2021.

À tardinha do mesmo dia, 19 de outubro, o terreiro republicou um vídeo do Instagram, postado pelo ator brasileiro, Edson Celulari, com a cantora Ivete Sangalo. A postagem acumulou 19 curtidas e corações, sendo essa a última postagem do mês de outubro de 2020. Saímos do *Facebook* e fomos ao site institucional ver como os dois dialogam, numa enorme teia informacional que se complementa.

4.3 A “nossa vista de olhos” em relação ao site do Templo Espiritual de Umbanda Caboclo Nharauê

Figura 71 - Imagens do site do T.E.U



Dados do site T.E.U, visto em março de 2021.

No site caboclonharaue.com, buscámos mais informações para compreender melhor o universo mítico que perpassa toda a casa de culto, aliás, perpassa o fenómeno religioso em geral, e compartilhamos mais informações do terreiro que nasceu no dia 3 de fevereiro de 2002. Fundado por 17 médiuns que vinham da tradição do Templo Guaracy, assim que foi criado, o terreiro permaneceu fechado ao público para que o responsável pelo local, o Pai Cláudio de Obaluaiê, pudesse ensinar e preparar os médiuns para estabelecer o uso de uma corrente norteadora dos princípios do centro religioso. Muitos deles deslocavam-se longas distâncias para se alimentar dos aprendizados do Pai de Santo.

Assim que entramos no site, deparamo-nos com o nome da instituição, em letras brancas, num fundo verde. Em seguida, a palavra Umbanda, com as referências à “simplicidade, humildade e caridade”, a trilogia utilizada com frequência para definir o sentido do que é a religião. E depois, Fé, “palavra tão pequena com um poder tão grande”. Logo abaixo, vemos a palavra ‘contactar’ e, ao clicar nela, o estímulo ao contacto é feito disponibilizando os três endereços, além da possibilidade da comunicação ser feita também no *Facebook*, com a mensagem: “responderemos assim que possível”. Na página encontramos ainda aos números de telefones das responsáveis pelas Relações Públicas e pela Coordenação. Com um olhar mais atento, vemos os horários das giras (celebrações), nos locais específicos, e para essas ocasiões existem também os contactos da comunicação, no caso de o usuário querer enviar mensagens automáticas.

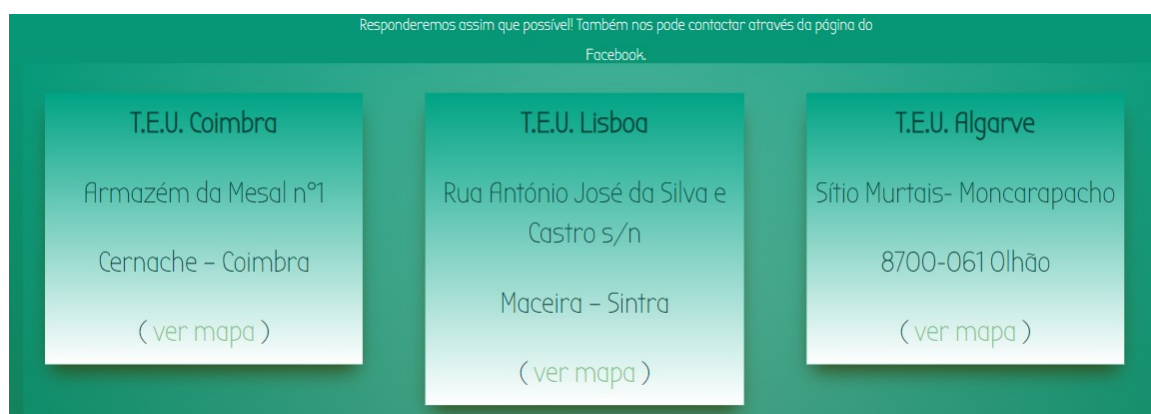
No canto superior esquerdo estão o e-mail do líder religioso, pai de santo da casa (claudio-nharaue@gmail.com), facilitando o acesso ao posto hierárquico mais alto do templo religioso, numa

clara ideia de equilíbrio entre os fiéis e os responsáveis pela casa. Ao mexermos na barra de rolagem, vemos o pedido de registo, com a mensagem ao lado:

“Caso queira assistir a um dos rituais e fazer a consulta com um dos nossos médiuns de passe faça o registo para que possamos colocar na lista de assistentes. As relações públicas de cada espaço irão entrar em contacto para confirmação. Se tiver dificuldades a fazer o registo pode também entrar em contato com as relações públicas, do espaço e dia que pretendem”.⁶³

Ao lado, um link para contactos e aparecem três endereços como sítios para se fazer a comunicação. Para ver o contacto das Relações Públicas de cada lugar, basta clicar na localização relevante – Algarve, Lisboa ou Coimbra – e seguir intuitivamente o símbolo que existe ao lado de cada sítio.

Blocos de figuras 72 - Imagens do site do T.E.U



Dados do site T.E.U, visto em março de 2021

⁶³ Disponível em: <https://www.facebook.com/TEUMBANDA>

Informação

Algarve: Giras de Sexta-Feira +

Lisboa: Giras de Terça Feira

Relações Públicas:
 Maria José - 962801568
 Susana - 964002739

Coordenação:
 Joana - 918136182

Lisboa: Giras de Quarta - Feira +



Dados do site T.E.U, visto em março de 2021

Ao descermos mais um bocado, vemos a Festa de Ogum, realizada no dia 1 de maio de 2021, acompanhado de um texto curtinho que diz o seguinte:

“Faremos uma festa para celebrar o dia de Ogum no espaço de Lisboa, com feijoada e música. Às 10h30 teremos um ritual de homenagem e a partir das 13h, o almoço. Para que possamos respeitar as regras da DGS e mantermos a segurança no espaço, pedimos a todos que queiram participar que deem o seu nome às relações públicas de cada espaço”.⁶⁴

A segunda notícia do site (percebemos que não existe uma atualização frequente do site institucional, sendo o *Facebook* o principal lugar para encontrar atualização das informações do terreiro) data de 22 de novembro de 2020. O texto recebe como título: “Giras no Espaço de Lisboa” que serão realizadas, segundo a informação, mediante o respeito pelas restrições em vigor, com o horário da gira alterado para às 19h30. Quem pretender participar, pode falar diretamente com as Relações Públicas para se registarem. O texto deixa claro ao participante a importância de cada um levar a máscara e desinfetante e, se possível também, sair de casa já devidamente vestido, ou seja, com a roupa adequada para participação no culto.

⁶⁴ Disponível em: <https://www.facebook.com/TEUMBANDA>

Figura 73 - Imagens do site do T.E.U



Dados do site T.E.U, visto em março de 2021

Outras notícias compõem a página, nesta aba, designada de *'Home'*. Aqui, em *'Home'*, que estamos analisando, existe, no final, um texto com os fundamentos do terreiro, o qual, transcreveremos na íntegra para que haja melhor compreensão do que se disse anteriormente:

“Vocês até podem desistir, mas eu nunca desistirei de vocês” (Pai Nharauê de Oxóssi). Passo por passo, em busca do equilíbrio e da genuidade de cada um - em nome de um todo - é o princípio base da missão do T.E.U. Sem discriminação racial, social ou religiosa, o Terreiro Espiritual de Umbanda Caboclo Nharauê estende a mão a todos os que abrem o coração ao auxílio espiritual dos filhos e vai transmitindo todos os fundamentos da Nação de Angola que, em nome de Pai Oxalá, edificam uma “tribo”. (...) Todas as pessoas deviam ficar sozinhas, de vez em quando, para estabelecerem um diálogo interno e descobrir a sua força pessoal. A frase faz parte do dia-a-dia de uma tribo no sul da África, onde habitualmente as pessoas se cumprimentam da seguinte forma: Saudação, Sawabona - tradução “Eu te respeito, eu te valorizo. Você é importante para mim. Resposta: Shikoba - tradução. “Então eu existo para você”.⁶⁵

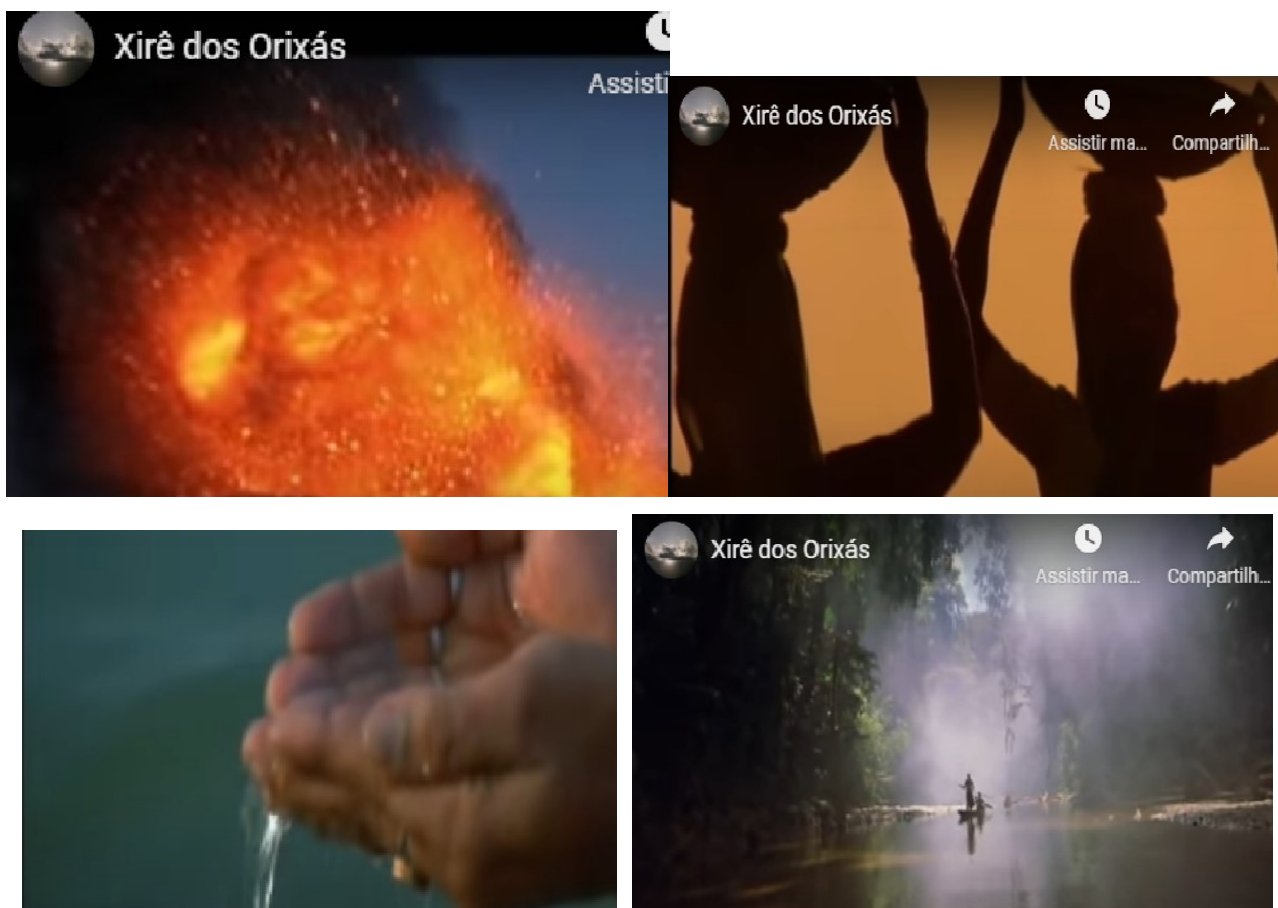
Na aba superior, existem as datas com as atividades detalhadas. É só olhar os dias e de imediato já temos as informações das celebrações, giras, Dias de Preto Velho, e onde irão acontecer. O

⁶⁵ Disponível em: <http://caboclonharaue.com/>

calendário traz a agenda até ao mês de outubro de 2021.

No link 'Notícias', vemos as mesmas informações do link 'Home'. No link Academia há sub- seções como: Cursos, Ogans e Xirê. Abaixo da palavra Academia, é possível ler que os fundamentos do Templo estão assentes na Nação de Angola, na filosofia Guaracyana e nos ensinamentos das entidades da casa coordenadas pelo Caboclo Nharauê. Tudo começa na eterna dinâmica entre os elementos da natureza: Fogo, Terra, Água e Ar. Com a combinação dos quatro, encontram-se os deuses, as entidades (os espíritos) trabalhados nos terreiros, como: Caboclos e Pretos-Velhos.

Bloco das figuras 74 - Imagens do site do T.E.U



Dados do site T.E.U, visto em março de 2021

Nesse mesmo link, é possível ver um vídeo contando a história dos elementos regentes das nossas vidas e das entidades nos terreiros. A partir das próximas linhas, transcrevemos o vídeo, na tentativa de clarificar os elementos naturais trabalhados no terreiro.

“O Xirê dos Orixás se constitui a partir da combinação dos quatro elementos bases e das 16 qualidades. Cada elemento, fogo, terra, água e ar, contém quatro orixás em permanente comunhão. Do elemento fogo, temos Elegbara, Ogum, Oxumaré e Xangô. Podemos pensar que em Elegbara, temos a representação do fogo no centro da terra. O magma, seu ponto mais elevado de temperatura, que após receber o movimento de Ogum, pode ser visto como expelido nas erupções dos vulcões e daí, se compõem e se organizam no rio e larva e escorre pelas paredes montanhosas de Oxumaré, chegando as cristalizações das pedras vulcânicas, em Xangô. Mas também podemos entender que é em Elegbara que encontramos o início criador de nossa inventividade, nosso alimento para o surgimento do novo que é gerado e vai ganhar uma existência criativa, a partir da movimentação feita em Ogum, podendo ser devidamente, classificado, organizado, em Oxumaré, para receber a finalização, a arte final em Xangô. Essas quatro qualidades do fogo podem ser pensadas em todos os processos criativos. O início gerador que estabelece o objetivo, o movimento em direção do seu estabelecimento, o caminho que se desenha na organização para que o objeto possa ser concretizado e finalmente essa concretização. Continuando o Xirê dos Orixás, temos o elemento Terra, com seus quatro elementais, Obaluaiê, Oxossi, Ossaim e Obá. Aquela pedra vulcânica que vinha encerrando o elemento fogo, passa por uma natural transformação, vai virar um chão impetrado e duro, a terra mais seca existente, típica do Sertão Nordestino. Ali, nesse processo mutatório, teremos a atividade de Obaluaiê. Uma terra tão sem água, que ao receber a presença desta, vai buscando a vida, nas suas formas mais bonitas de serem vistas, os animais, os vegetais, o reino de Oxóssi. As grandes matas então se formam, desde as vegetações mais rasteiras até as mais altas árvores, trazendo em seus recônditos os encantos de ervas e flores preciosas, onde quem manda é Ossãe. Aí teremos uma qualidade de terra com um alto teor de água, em suas entranhas, que tendem a ficarem encharcadas, virando a lama, aquela terra mais molhada possível, que é onde se situa Obá. Quantas vezes dizemos a expressão ter que ter os pés no chão, para nos referirmos a habilidade mais crua e nua, tal qual o chão batido e seco, que parece arder sob o sol fustigante e que é por onde devemos passar, utilizando a razão, como veículo motor. E é sobre esta terra que construímos nossas edificações, sejam estas de ordem material, das quais, nossas casas, sejam aquelas que vão dar maior sustentação como estudo, a ciência e o desenvolvimento de potencialidades que nos permitam buscar com elas, nosso sustento. Chegamos ao elemento água, e como avisa a marchinha carnavalesca, as águas vão rolar, por nossos olhos colocando a frente, as nossas emoções. Na água, os elementais são os seguintes: Nanã, Oxum, Iemanjá e Ewá. A água, após ter entrado na terra e ter chegado ao estado da lama, vai agora brotar, pura e límpida. São as nascentes dessa água, as fontes, local onde Nanã trabalha e essa água vai correr doce e suave, e depois mais fortemente pelos rios, campo de trabalho coordenado pela ação de Oxum. E dali, como todos os rios caminham para o mar, a água vai para o domínio de Iemanjá, no mundo salgado dos mares, com sua enorme diversidade de vida ali presente, e finalmente vai em algum momento, evaporar, mudando seu estado de líquido para o gasoso, sob a égide de Ewá. Nossas emoções são nossas águas, que se apresentam puras e limpas quando nascem, e que correm pelos campos propiciando o surgimento de tantas cidades nas margens desses rios. Ou, se quisermos usar analogia, fazemos uma junção com as nossas realidades buscadoras, colocando nossa razão emparelhada ao afeto, e assim trazendo as nossas paixões, nosso desejo de criar parceiros, para criação de uma família, onde são sempre esperados, a produção inclusive de filhos, para nossa estabilidade maior como seres que passam pelo mundo, e deixam sua marca. São essas emoções que em momento devido vão nos ajudar a transcender valores, partir para novas dimensões ainda não descobertas. Chegamos

ao quarto elemento, o ar. Ali, estão presentes os elementais, Iansã, Tempo, Ifá e Oxalá. Na mudança para o gasoso, a água se torna o ar, tanto da brisa suave que acaricia os nossos rostos, como aquele outro, que se apresenta na forma do vento furioso dos furacões. Ali trabalha Iansã, esse vento que também será responsável pela expansão, levando as sementes para serem germinadas em novas terras e com a marca registrada da liberdade que vai a qualquer direção e que contorna qualquer obstáculo. Em sua ação, produzirá muitos segmentos que somente serão percebidos mais futuramente. Entra aí, a ação do orixá tempo. Este, responsável por insondáveis mistérios, que pode transforma-se em grande sabedoria, acúmulo histórico de conhecimento que encontra sua aplicabilidade, dando o contorno vivencial que chamamos de destino a cada um de nós. É onde trabalha Ifá, extremamente sutil, é o resultado desse processo, quando se encerra o encontro com a dimensão maior do amor, sua expressão final como ternura onde reina Oxalá.”⁶⁶

Terminado o vídeo, ao descer a barra de rolagem, vemos logo alguns aspetos dos quatro elementos da natureza, fogo, terra, água e ar. Por fim, lemos o movimento contínuo da Roda do Xirê. A Roda apresenta a dinâmica entre os Elementos e Elementais. No Hemisfério Norte, o sentido é anti-relógio e tudo se inicia em Elegbara. O movimento do Xirê nunca termina; tal como numa espiral, do plano de Oxalá passamos novamente para o plano de Elegbara. Quatro quadrantes foram disponibilizados, em que cada quadrante traz a história resumida dos Orixás regentes.

Na água, por exemplo, vemos os elementos e as quatro mulheres Orixás responsáveis em gerenciar o tanto de líquido, sendo elas: Nanã, Oxum, Iemanjá e Ewá. Falamos da representatividade de cada Orixá no capítulo introdutório desta tese.

No ar, presta-se homenagem às seguintes entidades: Iansã, Tempo, Ifá e Oxalá. Na terra, as quatro entidades representativas são: Obaluaiê, Oxóssi, Ossaim, Obá. No fogo, são Elegbara, Ogum, Oxumaré e Xangô.

No site, na mesma aba na parte superior (Sobre nós) é possível ver a missão da casa, que vamos colocá-la adiante, para que mais uma vez, através do que é dito pelos próprios terreiros nos canais de comunicação, possamos compreender melhor do que falamos:

“Caminhamos com a alegria das crianças, com a luz do conhecimento dos Caboclos, com o abraço dos bahianos no coração, aprendemos com a humildade e amor dos Pretos Velhos na laçada de amizade dos Boiadeiros e com o balanço dos Marinheiros e nos encontramos na eloquência da gargalhada dos Exus. De braços abertos a todos e todas, em uníssono assim é a nossa missão. A harmonia da dinâmica do Xirê traz-nos a oportunidade de crescer e ter consciência a cada dia, a cada ano que passa, no tempo espiritual necessário. Abraçamos os princípios de Amor, Humildade e Caridade aceitando a beleza da diversidade de ideias e vidas honrando os fundamentos que nos foram confiados e respeitando a liberdade de cada um. Guiados pelo povo de luz de Olorun assim o aiê do T.E.U acolhe os seus filhos e filhas. Que a luz de Oxalá nos

⁶⁶ Disponível em: <http://caboclonharaue.com/>

ilumine e proteja a todos.”⁶⁷ (Pai Cláudio de Obaluaiê)

A mediatização digital que tratamos no início deste capítulo “permite pôr-se em uma situação de criação” (Flichy, 2010,p.21), devido à facilidade do uso das tecnologias, “marcadas pelos comportamentos de autonomia individual e ‘conectivização’” (ibid., p.15), que favorecem o aparecimento de práticas sociais distintas. Quando nos referimos a internet, fazemos referência a qualquer pessoa, “sem qualquer visibilidade corporativa, que dá a ambiência da comunicação e da informação generalizada o estatuto da nova esfera existencial” (SODRÉ, 2014, p.116).

Esse caminho delineado pelos tempos presentes fala sobre a emancipação do recetor (na construção social em relação as instituições corporativas mediáticas), aspeto esse tratado quando falamos dos fiéis passeadores, numa tentativa de uma flexibilização no campo do sagrado em consonância com a sociedade capitalista. Dito isso, irá emergir desse processo, uma nova relação entre produção e receção, a partir das ações comunicacionais de uma “receção produtiva” e de uma “produção consumidora” (FERREIRA, 2013). Principalmente, quando falamos no ambiente digital, os “recetores”, em relação à instituição eclesiástica, participam também como construtores de discurso, posto ocupado anteriormente por “técnicos ou especialistas contratados para isso” (ibid., p. 146) ou pelos líderes religiosos, quem dava a palavra final, também, nesses espaços. Dito isso, a informação é imprevisível, pensamos como “uma multidão de decisões locais tomadas por agentes autónomos que negociam o seu caminho mediante espaços culturais diversos” (JENKINS et al., 2013, p. 294).

Quando consultamos Miroshnichenko (2013), veremos três grandes revoluções históricas identificadas que auxiliam nas diferentes “emancipações” no processo comunicacional e que se relacionam com as mudanças no que diz respeito aos habitus comunicacionais dominantes das religiões ao longo da história, debatidas por Drescher (2011). Miroshnichenko (2013) vai falar na emancipação da escrita, com o surgimento da escrita demótica no século VII A.C., no Egito, em que na ocasião, os escribas dos templos perderam o monopólio sobre a produção da informação.

Segundo Drescher (2011), esse período foi o de uma obediência regulada nas práticas religiosas, que encontravam uma possibilidade de mudança em ações sociais não desejadas.

A segunda emancipação foi da leitura. Miroshnichenko (2013) defende que a invenção da imprensa por Gutenberg, no século XV, deu origem à Reforma Protestante, que por sua vez fez disseminar a Bíblia; tal facto fez com que as autoridades eclesiásticas perdessem o monopólio sobre a interpretação da informação. Neste ponto, Drescher (2011) menciona um período de descoberta e invenção reguladas nas práticas religiosas, em que as mudanças culturais aconteciam mediante ações estratégicas e coerentemente administradas.

⁶⁷ Disponível em: <http://caboclonharaue.com/>

A revolução disseminada pela internet e que promove a *emancipação da autoria* (MIROSH-NICHENKO, 2013) – por meio da qual os indivíduos, ao conectarem-se, adquirem a potencialidade de compartilhar as construções de sentido com outros –, altera o monopólio da produção de sentido. Drescher (2011) dá ênfase a este período como uma improvisação regulada das práticas religiosas, em que as possibilidades de mudança cultural passam por ações desejadas, mas imprevisíveis.

As três revoluções teriam originado o que Miroshnichenko (2013) denomina de “explosão de autoria” ao longo do tempo. Precisamos aqui levar em consideração a diferença entre autonomização e “independização”; afinal, num ambiente digital, nesse caso, as redes sociais (grifo nosso), os usuários são indivíduos que interagem e geram uma interdependência. A autonomização contemporânea é proveniente de um importante dispositivo comunicacional, “por meio da constituição de redes que permitem aos atores individuais construir sua autonomia com pessoas de posições semelhantes nas redes de sua escolha” (CASTELLS, 2013, p.168).

Com fácil acesso aos aparatos de comunicação digitais e das suas potencialidades no tecido social, tem-se em evidência “um processo de democratização das competências que está no coração da atividade amadora”, em que especialistas e “amadores” cooperam em uma construção comum (...) dos saberes fazeres” (FLICHY, 2010, APUD, SBARDELOTTO, 2016). Devido a importância no cenário da mediatização digital, os “amadores” se encontrariam hoje, na opinião do autor, “no coração do dispositivo de comunicação” (ibid, p. 7., trad. SBARDELOTTO, 2016). Diante do exposto, há uma nova forma de participação sociocomunicacional, marcada pelo empoderamento, curtidas e compartilhamentos, um fluxo que “coloca” mais poder mediático nas mãos dos cidadãos (...), mesmo que os meios de massa (ainda) detenham voz privilegiada no fluxo de informação” (JENKINS et al., 2013, p.163, trad. SBARDELOTTO, 2016).

Com efeito, as plataformas digitais aumentam e estendem o escopo das ações de elaboração do sentido social de indivíduos e coletivos conectados e participativos, atribuindo autonomia pública e social. “A capacidade de mudar o fluxo de informação a partir da capacidade autônoma de comunicação, reforçada mediante as tecnologias digitais de comunicação, realça substancialmente a autonomia da sociedade com respeito aos poderes estabelecidos” (CASTELLS, 2006, p.231), como a Igreja, os templos e os terreiros.

Para materializarmos, mais uma vez, o que estamos tratando, que é a análise netnográfica de algumas redes sociais dos terreiros de Umbanda e Candomblé, em Portugal, trazemos a nossa quarta e penúltima demonstração, que incide sobre o Templo Lendas de Aruanda. Lembramos que as contas foram escolhidas, sobretudo, pelo número de seguidores, de curtidas na página, pela quantidade de *posts*, reações e compartilhamentos, sendo a escolha feita baseada nesses parâmetros definidos anteriormente e que nos dão a base mais sólida para o nosso objeto de estudo.

Para análise das páginas no *Facebook* e análise dos sites, vamos trazer quatro categorias dos

Usos e Gratificações na internet, sendo estas as seguintes: construção identitária, interação social, aprendizagem/aconselhamento e gerenciamento do humor, sendo esse último o nosso primeiro a ser analisado através de um *post* do *Facebook*, do Templo Urubatão.

4.4 Templo Lendas de Aruanda

A página do *Facebook* que se define como organização religiosa anuncia, assim que entramos, que “os trabalhos de umbanda são presenciais. Para consultas de orientação através do tarot e numerologia privadas: Marcações são feitas pelo número 244828647”. O Templo informa que orientação espiritual e consultas não são feitas por e-mail, ou mensagem de *Facebook*, e incentiva quem está com problema espiritual ou dúvidas, em relação a mediunidade, que compareça no templo no dia das consultas e dos passes. Também lembra que se as pessoas morarem longe, podem procurar perto de onde vivem um centro de Umbanda ou um centro espírita de confiança. O Terreiro Lendas de Aruanda está localizado na Rua de São Miguel, 185, Ponte da Pedra, em Leiria.

A página, criada em 14 de dezembro de 2012, conta com 2.164 curtidas e em termos de seguidores, 2.194. Os contatos com o Templo poderão ser feitos através do telefone disponibilizado anteriormente, além do e-mail: lendas.esotericos@gmail.com, ou ainda enviar mensagem pelo *Messenger* do *Facebook*. Como os outros templos que analisamos, o de Aruanda disponibiliza o endereço do site: www.lendasdearuanda.com

Dando sequência às nossas análises, com o Terreiro Templo de Aruanda, trazemos agora os meses de novembro e dezembro de 2020 para nossa tese. No dia 13 de novembro, na página uma mensagem explícita:

“os melhores conselhos são sempre os mais difíceis de se seguir. Muitas vezes queremos escutar aquilo que acalenta o nosso espírito. Muitas vezes essas não são as melhores palavras, por mais que aparentemente nos faça bem. A boa palavra não é só aquela que conforta, é também aquela que lhe acorda e “puxa” pelo seu melhor” (Heldney Cals).⁶⁸

Com frequência, os *posts* vem acompanhados de imagens e *hashtags*. Nessa publicação, por exemplo, foram doze; entre as palavras estavam: #terapiaespiritual #terapiaenergética #tarot #magia #umbanda #mediunidade. O *post* contou com 20 curtidas e corações, e cinco compartilhamentos.

⁶⁸ Disponível em: <https://www.facebook.com/LendasAruanda>

Figura 75- Imagem do Templo Lendas de Aruanda



Dados do *Facebook*, visto em março de 2021.

No dia 16 de novembro, a publicação incidiu sobre o campo da magia em que uma frase acompanhada de um cartão com uma imagem, juntamente com *hashtags*, compuseram a publicação: “Fazer magia é aumentar as probabilidades de realização de suas próprias ações. Magia é a arte da manipulação invisível, ou espiritual e energética dos campos de probabilidades” (Heldney Cals). Há um caminho claro definido pelo terreiro em trabalhar, atrelado às atividades religiosas, o campo da magia como integrante do universo mítico dos orixás e das entidades da Umbanda.

O *post* contou com 20 curtidoes e coraçoes e quatro compartilhamentos e esses, geraram ao todo, 27 curtidas e mais um compartilhamento.

Figura 76 - Imagem do Templo Lendas de Aruanda



Dados do *Facebook*, visto em março de 2021.

Três dias depois, em 19 de novembro, uma publicação fazendo referência à linearidade de um caminho que pode até ser mais fácil e aquele que talvez trará a vitória: “Mas é um caminho sem novas oportunidades. A encruzilhada, nos remete a momentos difíceis, a necessidade de realizar novas escolhas, pois é nas encruzilhadas que novos campos e caminhos de possibilidades se abrem” (Heldney Cals). *Hashtags* sempre acompanham as postagens, #umbanda #exu #magia #terapia espiritual #mediunidade. Dessa vez, foram 21 curtidas e corações e oito compartilhamentos; desses somaram-se mais 33 curtidas e corações, e outros seis compartilhamentos, visíveis para nós porque, dependendo da configuração adotada no momento da publicação, podemos não ter acesso (ex. se for para visualização dos amigos).

Figura 77 - Imagens do Templo Lendas de Aruanda



Dados do *Facebook*, visto em março de 2021.

No dia 3 de dezembro, o Templo Lendas de Aruanda, publica um *post* falando brevemente de uma das entidades mais polêmicas dentro das casas de culto, o demónio, exatamente por provir de uma imagem católica, imagem construída pelos meios de comunicação no imaginário popular, como responsável pela maldade, pelo que não presta na terra. Quando pára o terreiro, Exu é o mensageiro dos outros orixás e nada se pode fazer sem ele. É o guardião dos templos, das casas e das cidades. Segundo VERGER (2012, p. 122), Esu revela-se talvez o mais humano dos *Orisa*, nem completamente bom, nem completamente mau. Trabalha tanto para o bem como para o mal, é o fiel mensageiro daqueles que o enviam e que lhe fazem oferendas. Ele tem a qualidade de seus defeitos, é dinâmico e jovial. Foi ele também que revelou a arte da adivinhação aos humanos. Seu lugar de origem é impreciso. No Daomé, segundo Bernard Maupoil (APUD VERGER, 2012), diz-se que era um ‘homem que se tornou *Vodun*⁶⁹ em Ijelu, na região de Ayo, a alguns dias de distância de Ile Ife, isto é, na Nigéria.

A publicação do terreiro no *Facebook* associa Exu ao poder da imprevisibilidade da natureza. “Nada é certo, tudo é apenas possível. E Exu representa esse campo de possibilidades que por

⁶⁹ Essas crenças surgiram na mesma região da África: no século IV a.C., na faixa de terra que hoje vai de Gana até à Nigéria. Com a migração forçada de escravos para as Américas, cada região desenvolveu variações da matriz africana. Os seguidores do vodu acreditam na existência de voduns (ou loas), seres espirituais. Eles representam as forças da natureza. Para fazer contacto, é preciso agradar às entidades com alimentos ou bebidas (os despachos). Também é possível ter contacto direto quando os voduns incorporam no corpo dos médiuns. É daqui que surgem os bonecos espetados, são como amuletos e atraem sorte, saúde, dinheiro, amor... Eles são decorados com diferentes cores, dependendo do pedido da pessoa, e devem ser colocados numa estante dentro de casa. Diante dele, o fiel deve repetir seu pedido todos os dias. O boneco pode até ser usado para afastar alguém, mas espetar agulhas não faz ninguém sentir dor. A lenda foi disseminada pelo cinema e por quem não conhece a religião.

Leia mais em: <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/para-que-serve-o-vodu/>. Acesso em mar. 2021

sua vez não tem qualquer relação com “o bem” ou com “o mal”, com “o certo” e “o errado”. Mas sim com a dinâmica de transformação e de reequilíbrio da vida que tem na força de Exu o seu agente de transição entre os estados” (Heldney Cals). Uma imagem a preto e branco contendo diversas setas, inúmeros caminhos, encruzilhadas (símbolo principal da entidade/divindade Exu), juntamente com os *hashtags* #exu #umbanda #terapiaespiritual #terapiaholistica #magia #mediunidade somaram 15 curtidas, quatro corações e dois compartilhamentos.

Figura 78 - Imagens do Templo Lendas de Aruanda



Dados do *Facebook*, visto em março de 2021.

No dia 22 de dezembro, uma mensagem natalícia foi publicada. Foram 15 curtidas, três corações e dois comentários. O primeiro de Isabel Casaleiro, que dizia: “Boas festas! Beijinhos”, com um gif de uma árvore de Natal girando, e enfeitando-se por completo, num cenário com neve, presentes em baixo da árvore e pisca-pisca que, no final, leva para estrela no topo da árvore. Ao redor outras árvores surgiam iluminadas. O outro comentário de Ana Neto desejava “Boas festas!”, com os emojis de duas mãos em oração e uma árvore de Natal ressaltando o momento natalício. Cada comentário contou com a curtida dos administradores da página.

Figura 79 - Imagens do Templo Lendas de Aruanda



Dados do *Facebook*, visto em março de 2021.

Dois dias depois, no dia de Natal, os administradores colocaram uma mensagem relacionada com o Ori, que para os seguidores da crença significa cabeça, sendo responsável por nossas diretrizes: “Ori é a bússola interna, divina que orienta a nossa jornada. É o grande sol interno a iluminar o nosso caminho para a realização de nossos destinos (programa de vida)” (Heldney Cals). Como de costume, os seguintes *hashtags* acompanham a mensagem: #orixás #umbanda #terapia holística #terapia espiritual #terapiatranspessoal #transformaçãodospensamento #tarot #espiritualidade #metafísica #mediunidade

Foram 10 curtidas, quatro corações, três comentários e três compartilhamentos. No primeiro comentário, Bina Shop Atelier comenta: “Assim será, gratidão. Prosperidade para nós, para vós. Muita luz e união”. Ivo Branco diz: “Boas festas e um bom natal para todos”. O terceiro comentário de Manuela Jaulino trouxe apenas um emoji com as duas mãos juntas em oração. Todos receberam as curtidas do administrador da página. O terreiro publica a informação, mas não se posiciona diante dos comentários.

Figura 80 - Imagens do Templo Lendas de Aruanda

Templo Lendas de Aruanda está em Lendas Esotéricas.
24 de dezembro de 2020 - Leiria, Distrito de Leiria - 🌐

Ori é a bússola interna, divina que orienta a nossa jornada. É o grande sol interno a iluminar o nosso caminho para a realização de nossos destinos (programa de vida). Heldney Cals #orixás #umbanda #terapiaholística #terapiaespiritual #terapiatranspessoal #transformaçãodospensamentos #tarot #espiritualidade #metafísica #mediunidade

Que seu Ori ganhe cada vez mais força e poder de realização.
Feliz Natal!
Lendas de Aruanda

14 3 comentários 3 compartilhamentos

Curtir Comentar Compartilhar

Mais relevantes ▾

Escreva um comentário...

Bina Shop'Atelier
Assim será, gratidão. Prosperidade para nós, para vós. Muita luz e união.
Curtir · Responder · 20 sem 1

Ivo Branco
Boas festas e um bom natal para todos
Curtir · Responder · 20 sem 1

Manuela Jaulino

Dados do *Facebook*, visto em março de 2021.

Conforme anteriormente mencionado, o Templo Lendas de Aruanda, no *Facebook*, conta com o site: www.lendasdearuanda.com. Vamos tentar perceber as diferenças entre o site e a conta nas redes sociais. Será que existe diferença quanto às informações postadas? Quais são as distinções? Em tempos de propagação do *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, qual a razão de manter um site?

O que colocar lá para manter-se atrativo? Como avaliamos esse espaço?

4.5 Site de Templo Lendas de Aruanda

Figura 81 - Imagens do site Templo Lendas de Aruanda



Dados do site, visto em março de 2021.

Ao entrarmos no site: www.lendasdearuanda.com, à primeira vista não somos remetidos a uma ideia religiosa porque as informações disponibilizadas poderiam ser utilizadas em qualquer outro contexto, inclusive fora do cenário sagrado. Não sei se é pela temática da tese, mas assim que entramos na página, o nosso olhar é direcionado de imediato as consultas online por messenger ou skype. Em seguida, deparamo-nos com um arco-íris, imagens de plantas, com as palavras na parte superior: Cursos, Atendimentos, Produtos, História, Matérias, Calendário, Umbanda e Contato.

A informação do dia 18 de março (a mais recente do site, vista em maio de 2021) nos traz:

“As consultas e os tratamentos online realizados por nós podem ser por messenger (*Facebook*) sem perda de qualidade ou de resultados e ainda usufruindo do conforto do seu lar. Como nossos trabalhos visam a orientação, o esclarecimento, a transformação de crenças e de consciências através das ferramentas por nós apresentadas e

todas elas agem através do campo vibratório universal, é possível, através da permissão do cliente, transferir através de comandos quânticos as vibrações de equilíbrio, realinhamentos e auxiliando o processo de transformações de crenças e hábitos”.

Como o templo está localizado em Leiria, para as pessoas que não moram lá e queiram marcar consulta ou utilizar as terapias, e receber as orientações, de vibrações bioenergéticas e quânticas, os contactos são disponibilizados no site para fazer agendamentos com duração média de 45/60 minutos. Ao navegarmos mais no site, vemos um workshop de magia natural - o poder do elemento vegetal na umbanda, organizado por Heldney Cals, profissional da área de terapêutica energética, holística e transpessoal. O curso é aberto a todos, médium⁷⁰, umbandista ou não. O curso consiste em formações teóricas e exemplificações práticas, onde dará ao aluno formas simples e eficazes de manipulação energética no trato com ervas para o cuidado espiritual e energético próprio. No site, o conteúdo programático foi disponibilizado e entre os pontos que serão tratados, temos: fundamentação das ervas e o contexto religioso, Filosofia natural no século XVI, Europa, Brasil, África, o elemento vegetal e a natureza humana, qual erva usar, axé vegetal, o poder realizador das ervas, banhos, álcool de ervas, conexão elemental e ponto de força. Os interessados em fazer o workshop o site traz a informação que não há data prevista e o investimento é de €120, com material de apoio.⁷¹

Figura 82 - Imagens do site Templo Lendas de Aruanda



Dados do site, visto em março de 2021.

No dia 13 de fevereiro, é colocada informação sobre a técnica de EFT - Emotional Freedom Techniques, conhecida como acupuntura emocional. A EFT é uma técnica recente e de simples aplicação, segundo o site,

“... porém seus fundamentos estão baseados nos princípios do corpo, denominados

⁷⁰ É o termo usado para aquela pessoa que possui uma sensibilidade aguçada, tornando-se um canal de comunicação entre o mundo físico e o extrafísico, entre os vivos e os mortos. A mediunidade é uma capacidade natural como qualquer um dos cinco sentidos. A pessoa não cria a mediunidade ou se esforça para que aconteça. Essa sensibilidade mais afinada ao extrafísico poderá se manifestar em algum momento da vida. Para se saber se se tem essa sensibilidade, precisa-se procurar um terreiro, ou centro espírita para conversar e se consultar com as pessoas mais experientes desses lugares. É importante lembrar que só haverá fenômenos mediúnicos quando o sensitivo tornar-se médium, ou seja, passar a intermediar a comunicação entre os encarnados/os vivos e desencarnados/mortos. Informações em: <https://legiaopublica-coes.com.br/o-que-e-mediunidade-20> acesso em: mar. 2021.

⁷¹ Disponível em <https://lendas.pt/home/>

de meridianos. Esses meridianos são os mesmos usados em técnicas como acupuntura, o shiatsu e a reflexologia. A técnica se utiliza de leves batidas (tapping) em determinados meridianos do corpo, estimulando-os. O estímulo desses meridianos é capaz de criar mudanças significativas em nossos padrões de crenças e emoções, auxiliando-nos a encontrar uma maior qualidade de vida e de bem-estar.”⁷²

Segundo o mesmo site, a técnica já se encontra difundida em vários países e vem demonstrando ser eficaz em distúrbios emocionais, como ansiedade, fobias, traumas, estresse, aflições, ira, culpas, mágoas, frustrações, etc. que, por sua vez, são geradores de desequilíbrios nos campos da saúde física, energética, psicológica e comportamental (relações humanas). O responsável em aplicar a técnica é Heldney Cals. O preço de € 35 euros será investido em uma sessão de 45 a 60 minutos nos atendimentos presenciais ou online.

Para quem navega na página, o universo apresenta-se como espiritualizado, ou seja, através das ofertas de cursos de reiki, de ervas, técnicas emocionais, portais de libertação, curso intensivo de viagem astral, entre outros, os responsáveis acabam por delimitar um caminho distinto do *Facebook*, onde há uma referência mais clara em relação ao que é praticado no terreiro. A vivência da Umbanda torna-se mais evidente na rede social. O site apresenta uma versão voltada às terapias, às magias, à mediunidade, aos cursos para se ter pensamentos mais positivos, ao tarot, a numerologia, em que a maior parte dessas “ofertas” são pagas em troca do serviço. Do universo umbandista, religiosamente falando, pouco, ou nada se lê no site.

É um ambiente distinto da instantaneidade da rede social, que estrategicamente é pensada para explorar a vertente holística, proposta também do Templo Lendas de Aruanda, quando tal constatação fica evidente na história do local.

Ao clicarmos em História, na parte superior da página, vemos que, sob Lendas Esotéricas e Presentes, a primeira loja foi criada em 1992, ainda no Brasil. Naquele momento, não passava de um *hobby*, mas pouco tempo depois o *hobby* cresceu e originou a segunda loja, com a proposta de realizar cursos e vivências espirituais, holísticas e mediúnicas.

Quando em 1999, com a mudança de país, a vinda para Portugal,

“seguimos nosso coração e nosso rumo, abrimos nossa loja, posteriormente o espaço de atendimento e os cursos. Porém, a necessidade de desenvolver nosso projecto se tornou mais forte e começamos a desenvolver parcerias com outros profissionais o que resultou na união de dois projectos, Lendas e os Portais de Libertação”.

Em pouco mais de um ano, segundo informações do site, “os nossos trabalhos voltaram a desenvolver-se seguindo uma predição de dois amados guias espirituais que nos disseram:

⁷² Disponível em <https://lendas.pt/home/>

“Filhos, vocês vão sair e conhecer tudo que vocês conseguirem conhecer no espiritual, mas num tempo determinado, vocês vão fazer aquilo que vocês se comprometeram no astral antes de encarnar que é montar seu próprio terreiro. Porém, será diferente de tudo que vocês virão aqui. O que na altura não nos parecia viável, tornou-se uma necessidade e em 2009, depois de termos assumido o grau de Sacerdote e Dirigente Umbandistas abrimos o Templo Escola Lendas de Aruanda que tem como compromisso ensinar o desenvolvimento espiritual, mediúnico e pessoal através de cursos universalista, vivências e trabalhos religiosos e mágicos dentro da religião de Umbanda.”⁷³

Segundo os organizadores do Templo Lendas de Aruanda⁷⁴, o trabalho é empreendedor na área comercial, holística e religiosa. Na parte superior do site, ao clicarmos sob ‘matérias’, aparecem-nos informações já vistas em outras abas e colocadas anteriormente, como a EFT (Emotional Freedom Technique). No calendário de atividades apenas uma, no dia 15 de maio, Reiki I - Leiria (Templo Lendas de Aruanda).

Figura 83 - Imagens do site Templo Lendas de Aruanda



Dados do site, visto em março de 2021.

⁷³ Disponível em <https://lendas.pt/home/>

⁷⁴ É um local considerado pelos umbandistas como um lugar evoluído. É tido como um paraíso espiritual, onde vão algumas almas, alguns espíritos que cumpriram a missão no plano terrestre.

Figura 84- Imagens do site Templo Lendas de Aruanda



Dados do site, visto em março de 2021.

Na outra aba superior chamada Umbanda, ao clicarmos, somos direcionados para outro link, <https://lendasdearuanda.com/umbanda/>. Aqui é possível ver o dia da reabertura dos trabalhos, em tempos de pandemia, as restrições em vigor, o agendamento prévio para participar das celebrações nos terreiros, com um lembrete claro: os atendimentos serão realizados de acordo com as orientações da Direção Geral da Saúde (DGS); respeitando às regras de ocupação e distanciamento social estipuladas na legislação vigente, não sendo permitida a permanência no recinto depois do atendimento.

Nessa aba ainda, ao pesquisarmos, vemos o que significam os Orixás Exu e Obaluaiê, a origem da Umbanda, as histórias da religião, o que significa caridade para o umbandista, a origem do dinheiro.

Do lado direito, para o internauta mais atento, temos alguns links que podem desencadear

mais pesquisas, ao clicarmos em palavras como aconselhamento, atendimento, consultas, magia, portais de libertação, reiki, tarot, terapia, tratamento, umbanda. São maneiras mais práticas, podemos dizer assim, para se chegar aos conceitos trabalhados pelo terreiro. Ao clicarmos, vamos descobrindo informações que já foram vistas em outras abas e informações novas que ainda não tínhamos lido. A repetição, nesse caso, é apropriada para fixar as informações trabalhadas e para ajudar o internauta a encontrar mais facilmente o que procura. Já aqueles que procuram algum conteúdo novo, é possível encontrarem-no através das buscas mais detalhadas, nos links espiritualidade, mediunidade, orientação, etc.

Nossa última análise, neste espaço, incidirá sobre o Templo de Urubatão nos meses de janeiro de 2021. Traremos informações do *Facebook* e do site da instituição.

4.6 “Mojubaré irmãos do Templo de Urubatão”

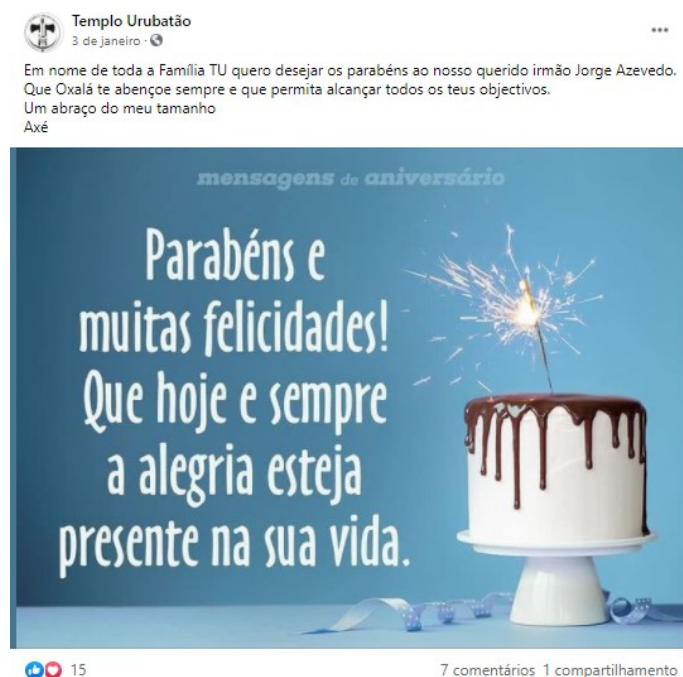
A página Templo de Urubatão no *Facebook* foi criada no dia 25 de março de 2015, e se define como organização religiosa. O Templo de Umbanda fundamenta-se na ajuda, na honestidade e humildade, essa tríade juntamente com pé no chão e fé em Deus, são as palavras de ordem da casa, segundo o *Facebook*. O Templo está localizado na Rua A, n.3, Pólo Empresarial da Sapataria Casal dos Caxeiros, na Malveira, Portugal. São 1.977 pessoas que curtiram a página, e 2.123 são seguidores. Os internautas podem entrar em contacto através do Messenger, no *Facebook*, e por e-mail: templourubatao@gmail.com

O mês de janeiro de 2021, começou com os parabéns ao irmão e frequentador da casa, Jorge Azevedo, “que Oxalá te abençoe sempre e que permita alcançar todos os teus objectivos. Um abraço do meu tamanho. Axé”. O *post* contou com 14 curtidas, um *amei*, sete comentários e um compartilhamento. A sensação com os comentários é que o *post* de aniversário, ganha mais aproximação, estebele um vínculo de proximidade entre quem envia a mensagem e quem a recebe. Entre o que os usuários escreveram, relacionado com as felicitações, Carlos Eusébio, designado como super fã da página, colocou: “Parabéns Jorge! Que os teus sonhos e projetos se concretizem com a Luz e as Bênçãos do Pai OXALÁ. Um Grande Abraço Fraternal”. As letras mudam de cor – parabéns aparece na cor laranja, e felicidades em lilás. Juliana Rosa digitou: “Parabéns! Felicidades”! Vi Anvers, designada pela página como super fã, trouxe: “Parabéns Irmão”! Seguido de emojis de bolos de aniversário e emojis de celebração, como cones de festas.

Os comentários continuam: Vitor Rodrigues sublinhou: “Parabéns Jorge Azevedo felicidades, saúde e muitos anos de vida companhia de teus familiares e amigos abraço irmão e boas vendas neste Ano Novo vai ser melhor que o anterior”. Emojis de bolo de aniversário, presente, e balão complementaram o escrito. Em seguida, veio o agradecimento de Jorge Azevedo: “Muito obrigado

a todos (com um emoji das duas mãos em oração). Beijinhos e abraços (novamente, outro emoji com as mãos levantadas).

Figura 85 - Imagens do *Facebook*, Templo de Urubatão



Dados do *Facebook*, visto em março de 2021.

Figura 86 - Imagens do *Facebook*, Templo de Urubatão



Dados do *Facebook*, visto em março de 2021.

A publicação seguinte consiste num convite aos filhos, aos fiéis do terreiro para participar da homenagem a Oxaguiã com Gira de Caboclo. O *post* começa da seguinte forma:

“Mojubaré⁷⁵ Irmãos, no próximo sábado, dia 09/01/2021 às 16h, iremos realizar a nossa homenagem a Oxaguiã⁷⁶ com Gira de Caboclo. Inscrições até 07/01 (Quinta-feira), através do site, após inscrição irá receber e-mail com a hora que deve apresentar-se ao portão. Devido a pandemia ainda vigente, o número de participantes é limitado, o que exige inscrição prévia devido ao espaço, ao distanciamento e ao cumpri-

⁷⁵ É uma saudação em iorubá, língua falada na Nigéria. Em português significa: “apresentando meu humilde respeito”, “Eu saúdo o criador da terra”. Disponível em: <http://www.labpac.faed.udesc.br/universo> e em <https://lendas.pt/home/> Acesso em: mar.2021

⁷⁶ Orixá guerreiro, sua maior luta é em busca da perfeição. O caminho para perfeição não é reto, ele é cheio de saliências e reentrâncias. É um caminho individual, como individual é o encontro que cada um tem com sua própria forma de construir e reconstruir seus palácios, sejam eles de areia ou de cristal. É Oxaguiã o orixá que nos auxilia a manter acesa essa chama. É Oxaguiã, o orixá que estimula o progresso. Disponível em: <http://mundoafro.atarde.uol.com.br/tag/oxaguiã/> acesso em: mar. 2021.

mento das normas da DGS.”

Existe ainda um link que nos remete ao site institucional. A arte com a imagem do orixá, o símbolo do Templo, o dia e o endereço da gira de caboclo, contou com 15 corações e 23 curtidas, quatro comentários e um compartilhamento. Nos comentários, Maria Isabel Caeiro Ortega informa: “Pai fiz a inscrição para 3 pessoas mas n sei se aparece lá”. O Templo Urubatão responde ao grifar o nome de Maria Isabel e ressalta: “a inscrição está feita., vos ver se não há restrições para o próximo fim de semana, bj”. Maria Isabel, numa postagem seguinte, agradece.

Figura 87 - Imagens do *Facebook*, Templo de Urubatão



Dados do *Facebook*, visto em março de 2021.

No dia 4 de janeiro, o Templo publicou: “Bom dia irmãos, uma ótima semana para todos. Vamos à luta que já é segunda. Novo ano, novas conquistas, novos sonhos. Fé e amor no coração que o resto a gente empurra. Salve a nossa Umbanda. Axé”. Foram 27 curtidas e corações, quatro comentários e cinco compartilhamentos. Entre os comentários, os dos superfãs, Carlos Eusébio: “Mojubaré Pai, uma ótima semana para todos”! Já Vi Anvers sublinhou: “Agora é para valer” (com emojis das duas mãos levantadas). Logo em seguida, Eliana Esperança: “Bom dia. Feliz Ano

Novo pro Sr. família e todos os seus filhos... saravá... axé”.

Figura 88 - Imagens do *Facebook*, Templo de Urubatão



Dados do *Facebook*, visto em março de 2021.

Em 7 de janeiro, surge um comunicado importante: foi mesmo esse o título que informava que, devido à nova determinação do governo de proibição de circulação entre concelhos e recolher obrigatório às 13h, a gira em homenagem a Oxaguiã, marcada para o sábado, dia 9, foi cancelada. Das reações, o número marcava 41, entre curtidas, emojis de tristeza e de coragem, e também dois comentários.

Figura 89 - Imagens do *Facebook*, Templo de Urubatão



Dados do *Facebook*, visto em março de 2021.

Um aspeto a ter em conta quanto aos cancelamentos, ou aos imprevistos que acontecem no tocante às atividades realizadas nos terreiros, quando estas ficam por alguma razão impossibilitadas de acontecer: nessas circunstâncias, os administradores do *Facebook* do Templo têm o cuidado de atualizar as informações nesse espaço com alguma antecedência, como foi o caso da última postagem, pois dois dias antes de acontecer a gira, os participantes já estavam informados que a celebração estava cancelada. Este aspeto demonstra o cuidado, a atenção com os participantes do Templo ao avisá-los que a atividade estaria cancelada, sendo essa informação importante, pela rapidez com que se propaga, pelo maior número de visualizações nas redes sociais, como no *Facebook*, do que no site.

As felicitações do aniversário da Yakekerê (mãe pequena), o braço direito da mãe de santo da casa, recebeu os parabéns no dia 8 de janeiro de 2021: “Em nome de toda a família TU quero desejar os Parabéns à minha querida Yakekerê Helena de Oyá. Que Oxalá a abençoe sempre minha Mãe, trazendo saúde, alegria e muita prosperidade. Longa vida, Salve a sua Coroa Mãe. Um abraço

do meu tamanho. Axé”. A imagem da publicação é de Oyá⁷⁷ Foram contados 43 curtuições, corações e 15 comentários. Como por exemplo, Bélinha Alexandra Cabral que comentou: “Parabéns, minha sempre mãe Lena”, com um emoji de um coração e uma flor no final. Vi Anvers, que aparece com frequência nos comentários, diz: “Parabéns”! Emojis no final que remetem à ideia de celebração complementam o escrito. Cátia Alexandre, outra super fã da página, disse: “Parabéns”, seguido de emojis, escrito novamente, muitas felicidades, emoji, e por fim, a palavra, beijinhos. E por aí vão os outros comentários, nessa mesma linha de raciocínio, confraternizando com a mãe pequena da casa numa grande festa virtual.

Figura 90 - Imagens do *Facebook*, Templo de Urubatão



Dados do *Facebook*, visto em março de 2021.

Figura 91 - Imagens do *Facebook*, Templo de Urubatão



Dados do *Facebook*, visto em março de 2021.

Nesse mesmo dia 8 de janeiro, foi publicado um *post* avisando que, no dia seguinte, o líder religioso, o pai de santo, estaria no live, às 16h, horário de Portugal, para conversar com os internautas sobre a Umbanda e depois abrir espaço para os questionamentos. Quatro compartilhamentos e 24 curtidas e corações fizeram parte da publicação.

⁷⁷ Numa das definições trazidas por Verger (2012), Oya é a mulher do trovão, uma deusa a quem é dedicado o rio Níger e que, por isso, é chamada de *Odo Oya*, o rio de *Oya*. Essa divindade foi trazida de uma região situada além do território de Lagos havia muito tempo, antes da chegada dos gun. Permaneceu durante certo tempo na região de *Ipokia*, na Nigéria de onde foi trazida para *Akron* pelo *Oba Oganju*. Seus interditos são os de Oya (o carneiro e a corça *agbanli*). Seu nome deriva de *Aberi Amesan* (com nove cabeças). Os sacerdotes acrescentaram que *Avesan* não gostava de praticar o mal. *Oya* era uma caçadora poderosa e muito hábil que exercia seu ofício com inacreditável competência.

Figura 92 - Imagens do *Facebook*, Templo de Urubatão

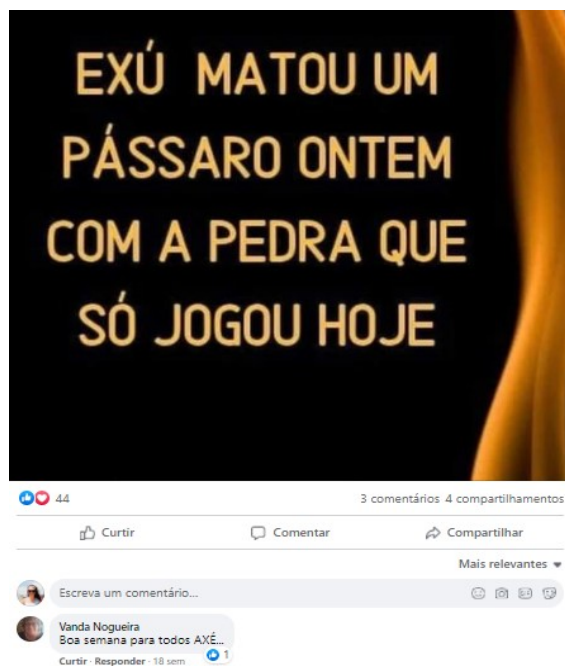


Dados do *Facebook*, visto em março de 2021.

No dia 11 de janeiro, uma mensagem de desejo de boa semana a todos: “Vamos à luta que já é segunda. Que Exu⁷⁸ seja sempre caminho em nossas vidas, trazendo discernimento e proteção. Que Exu seja sempre verdade, mestre e guardião. Que Exu seja sempre a estrela que nos guia, norte e o grande conselheiro. Fé e amor no coração que o resto a gente empurra. Salve a nossa Umbanda. Salve Exu. Laroyê Exu. Axé”. O *post* abaixo teve 44 curtidas e corações, três comentários e quatro compartilhamentos.

⁷⁸ Exu é também a possibilidade de comunicação e, através dele, cria-se uma ponte entre as divindades residentes no Orun (espaço espiritual) e nós, humanos de carne e osso, no Aiyê (espaço das coisas que podem ser vistas, materializadas). Para o orixá, o tempo não é linear, as escolhas que tomaremos no futuro nos fazem entender os caminhos que seguimos no passado. O ditado em iorubá, que trazemos nesse recorte do *Facebook*, reproduzido abaixo, nos faz pensar sobre o arremessar de uma pedra em relação ao passado, que nos traz a resposta no dia seguinte. Algumas vezes, encontra-se a solução de um problema do passado hoje. Daí, arremessamos uma pedra e matamos o passado.

Figura 93 - Imagens do *Facebook*, Templo de Urubatão



Dados do *Facebook*, visto em março de 2021.

No dia 12 de janeiro, era o dia de comemorar mais um aniversário da irmã Angélica. “Que Oxalá te abençoe sempre filha, trazendo alegria e realização. Um abraço do meu tamanho. Axé”. O cartão utilizado para felicitar os frequentadores do templo é igual: “Parabéns e muitas felicidades! Que hoje e sempre a alegria esteja presente na sua vida”. Foram, para estas felicitações, 16 curtidas, entre corações, dois comentários e um compartilhamento.

Três dias depois, em 15 de janeiro, uma chamada para as pessoas participarem, no dia seguinte à *live* para falar sobre a Umbanda organizada por Pedro Brandão, o pai de santo e líder religioso do Templo do Urubatão. No dia 16 de janeiro, numa *live* de mais de uma hora, Pedro destaca o constante movimento da Umbanda diante das mudanças, transformações constantes por que passamos todos nós:

“A Umbanda vai-nos munindo de conhecimento e vai nos dando ao longo dos tempos, alguns tipos de ferramentas, ferramentas como a fé, muitas das vezes alertar-nos da forma como vemos o mundo e vemos o outro. No caso da Umbanda, a Umbanda tem uma doutrina, ritualística, que a tornam uma religião, e tem uma determinada percepção, face a determinados tipos de comportamentos e como nós nos situamos e nos posicionamos face a essas coisas. A vida espiritual tem um propósito de nos levar a um equilíbrio, e eu costumo sempre dizer que tudo que é extremo é mal. O extremo de uma fé que nos leva ao fanatismo ou extremo de não acreditar em nada, e não termos a capacidade de respeitar aqueles que acreditam, não é? Portanto, nos extremos nunca estaremos bem. A Umbanda faz exatamente esse equilíbrio. É por isso que tem tantas falanges, tantas entidades”, definiu. Logo em seguida, o pai apresentou algumas entidades que fazem parte do Templo de Urubatão e a conversa continua num tom ameno, sereno, tranquilo de um pai, que dialoga com o filho sobre temas

amplos, grandes, incluindo aqui a religião. “Essa postura perante a religião, perante o nosso dia a dia, o tipo de energia, o tipo de energia que emanamos, a forma como vemos o outro, como sentimos o outro, como o outro nos vê, é realmente muito importante e todos vocês já tiveram, de certeza, essa noção de quando começaram na Umbanda e que decidiram que esse seria o vosso caminho, as pessoas começaram a dizer, estão com uma energia diferente, estão com um alto astral, sentem-se melhor. Outros dias, sentem-se mal, e faz parte até porque o caminho é mesmo assim aos trancos e barrancos, aos altos e baixos e faz parte dessa caminhada espiritual para fortalecermos a fé, e termos entendimento do que é a fé, faz parte essa nossa capacidade de superação. Acho que também a beleza da vida é podermos mudar, podermos evoluir, é o facto de darmos cada vez mais importância, a pequenas coisas. É o facto, de quando nos privam, como está situação que nós tivemos agora, de dados que já tínhamos como certo e adquiridos, valorizarmos as pequenas coisas, a liberdade de beber um café, de estarmos com quem amamos, podermos dar um abraço a quem amamos e quem gostamos de estar. A questão é mesmo essa, termos a noção de que somos um ser espiritual e vamos voltar a casa. Neste momento, estamos todos na escolinha, não é? Que é este plano neutro, o aqui e agora. Vamos viver agora, vamos acreditar, vamos amar, vamos nos respeitar, vamos fazer realmente aquilo que nos dá prazer sem que prejudique ninguém. Vamos continuar a nos esforçarmos, a ter entendimento porque realmente, esta passagem é um estreitinho. Nós aqui, temos uma percepção de tempo, como ser espiritual, o tempo é completamente diferente do plano espiritual, a noção de tempo é distinta. Quando eu digo aos filhos que nunca podemos por a vida espiritual em frente à vida material, inicialmente, eles fazem uma cara, ê pá, meu pai é doido da cabeça, um sacerdote tá a me dizer isso. Eu vejo essa expressão. É real. É que nós estamos aqui a ter uma vida humana, uma experiência neste plano terrestre. O conhecimento espiritual é importante sim, podemos estudar, devemos, temos a obrigação de estudar, mas vamos viver também aqui, os pequenos momentos que temos com a família, com os filhos, com os amigos, com os irmãos, depois o conhecimento vem com o tempo. Ele vem com a observação. A vida é uma grande horta. É vivê-la, é senti-la, deixar o plano espiritual para quando lá estivermos”, sublinhou Brandão.⁷⁹

O viver o momento, é fortalecer a ideia do sistema que estamos inseridos, o viver aqui e agora dialoga efetivamente com a sociedade capitalista, numa troca simbólica entre a produção do sagrado e os interesses dos fiéis ou ciber-fiéis. Não é pensando naquele consumo baseado em compras e trocas de produtos, mas pensando em algo mais sofisticado, vestido com outras roupagens, tornando-se essencial para a continuidade das crenças.

Depois dos mais de 49 minutos de conversa, estava aberta a sessão de perguntas e respostas. Como é de costume nosso, trazermos a quantidade de curtidas, neste *post* foram 64 juntamente com os corações, 119 comentários e seis compartilhamentos.

⁷⁹ Disponível em: <https://www.facebook.com/Templo-Urubat%C3%A3o-820027124732401>

Figura 94 - Imagens do *Facebook*, Templo de Urubatão



Dados do *Facebook*, visto em março de 2021.

Figura 95 - Imagens do *Facebook*, Templo de Urubatão



Dados do *Facebook*, visto em março de 2021.

Foi com humor que no dia 18 de janeiro, Pedro Brandão desejou aos seguidores da página uma semana abençoada. Aquela seriedade vista noutros *posts* do início da semana é definitivamente quebrada com a escolha da imagem abaixo. A imagem encara um momento delicado que o mundo vive, com a presença do vírus Covid-19, com bom humor: “Bom dia irmãos, uma ótima semana para todos. Vamos à luta que é segunda. Fé e amor no coração que o resto a gente empurra. Salve a nossa Umbanda. Axé”.

Ao se apropriar da expressão portuguesa do Brasil, “força na peruca” para designar resiliência, e também resistência para mais uma semana, o Templo dialoga de forma eficiente entre as matrizes, das quais bebe da fonte para produção de sentido, no campo religioso, como bem diz, Pedro, na entrevista que colocaremos na íntegra, no final desta tese. Os intercâmbios de saberes entre cá e o Brasil ultrapassam as fronteiras, talvez até os resquícios de um colonialismo vivo e que fazem questão de se alimentar nas estreitas ruas de calçadas portuguesas. A troca de conhecimentos entre um país e outro é visto como agregador, por parte do líder religioso, que fala dos intercâmbios de conhecimento, culturais e religiosos.

Dessa vez, foram 19 reações, entre risos, curtidas e corações para a publicação, que ainda te-

ve um comentário e quatro compartilhamentos.

Figura 96 - Imagens do *Facebook*, Templo de Urubatão



Dados do *Facebook*, visto em março de 2021.

Quando trazemos um *post* com esse tom de humor, compartilhamos da ideia do gerenciamento do riso como busca por qualquer estímulo que ajude o indivíduo a manter ou alterar seu estado ânimo quando utiliza a internet, nomeadamente as redes sociais. Zillmann (1985, p. 228) ressalta que materiais de entretenimento possibilitam considerável excitação⁸⁰ por meio de estímulos como os do *suspense*, mistério, ação e humor, manifestando-se no “domínio simpático do sistema nervoso autônomo”, entre outros pontos, produzindo reações afetivas.

Por meio dessas reações, quando o indivíduo busca gerenciar seu humor com um conteúdo digital, ele procura emular seu estado emocional com o conteúdo escolhido. **Gerenciamento do humor**, aqui falamos da primeira das **quatro categorias dos usos e gratificações da internet**, é designado pelos entrevistados como entretenimento, brincadeira, gozo, escape, relaxamento, prazer estético, jogo, divertimento, riso, passatempo, alívio de tensão ou tédio. Todos estes e outros estados de disposição/humor ou sentimentos são reações afetivas obtidas com o consumo de conteúdos que contêm estímulos distintamente “certos para desencadear reações emocionais projetadas”, segundo Ferreira e Espanha (2019, p.11). As autoras são enfáticas ao garantir que a atratividade dos conteú-

⁸⁰ O entretenimento pode produzir considerável excitação nos recetores. A denominação designa uma força unitária que energiza ou intensifica as manifestações corticais e autonómicas iniciando, neutralizando ou alterando os estados de humor do recetor (ZILLMANN, 1991).

dos assim se conecta com a possibilidade destes ajudarem os usuários a manter ou alterar o seu estado de humor inicial. Em estudo, aborrecidos e entediados, por exemplo, acabam por se expor aos conteúdos que alteram suas disposições iniciais para um estado mais intenso, com a busca de conteúdos de ação, aventura, animação, comédia, espionagem, terror e suspense ou qualquer outro estímulo que subjetivamente proporcione fuga ao seu estado de humor inicial, tédio. Estressados e nervosos, por sua vez, demonstraram buscar materiais cujos estímulos sejam subjetivamente calmantes e relaxantes. A ideia central de gerenciamento do humor com os conteúdos digitais é a busca de homeostase⁸¹ afetiva.

Expressa por meio de sentimentos, quando a homeostasia está equilibrada há um interesse maior em **interagir socialmente** (segunda categoria), o indivíduo se satisfaz com a observação dos relatos dos acontecimentos do âmbito social alargado e pessoal. Nesta perspectiva, não é preciso haver qualquer interação entre os interlocutores. De outra forma, Integração Social constitui-se a partir da clara intenção de comunicação entre os membros da rede: “O *Facebook* é mesmo o chat. Todos os grupos de amigos estão lá, tudo fica lá registrado, é mais fácil se organizar e economizar tempo e dinheiro”. Assim a internet, independentemente da plataforma que é usada, funciona para trocas de mensagem como o antigo telefone.

Em seguida, **Aprendizagem/Aconselhamento** (terceira categoria dos usos e gratificações na rede) em que o conteúdo digital é usado para aquisição de informações para reforço ou ajuste/adaptação do indivíduo ao seu meio. Ela se diferencia de “Construção Identitária”, porque nesta, os jovens buscam construir um conhecimento sobre si próprios para os “outros”, modelando sua imagem ou representação por meio da exposição das suas opiniões e gostos (Ferreira e Espanha, 2019, p.10). Nessa categoria, entretanto, há uma busca de conhecimento que não é publicitado em lugar algum. A razão motivadora dos conteúdos é para seu aprimoramento intelectual e aconselhamento comportamental: “Muitas vezes eu vou ao YouTube porque há sempre gente a explicar um determinado assunto, se eu não sei, o YouTube sabe!”. A proposição inicial que torna sólida esta categoria motivacional é a busca de sugestões para resolução de problemas ou tomada de decisões, seja para qualquer direção que pareça plausível ao usuário que busque informação para esta finalidade (Ferreira e Espanha, 2019, p.10).

Dando continuidade aos *posts* do mês de janeiro de 2021, do Templo de Urubatão, em comemoração do aniversário do Pai Cláudio de Oxalá, da Associação Templo de Umbanda Pai Oxalá (ATUPO), em Braga, de que já tratamos nesta tese, a família do Templo de Urubatão disponibilizou

⁸¹ Trazemos o conceito de homeostasia referido por Damásio (2017): “Para nós (que ao contrário de muitas outras criaturas, temos mente, sentimento e consciência) o estado da homeostasia do nosso corpo é expresso através dos sentimentos. Quando alguém diz que tem bem-estar, está a dizer que o seu cérebro e a sua mente foram informados pelo seu corpo de que o estado do seu corpo é bom. Por outro lado, se alguém disser que se sente engripado, isto significa que o estado da sua homeostasia, o estado do seu corpo, acaba de informar o seu cérebro e a sua mente de que há qualquer coisa que não está bem.

uma fotografia sua com os dizeres: “Que Oxalá o abençoe sempre, que seja sempre força e certeza na sua vida. Que lhe permita que seja hoje e sempre muito feliz e lhe conceda saúde e vida longa. Sabe que tem aqui uma família que muito o ama e respeita, mortinha para que logo, logo tudo passe e nos possamos abraçar. Salve a sua coroa meu pai. Axé”,

As reações reuniram 53 corações e curtidas, um comentário e um compartilhamento.

Figura 97- Imagens do *Facebook*, Templo de Urubatão



Dados do *Facebook*, visto em março de 2021.

Dois dias depois, a 20 de janeiro, o Templo de Urubatão publicou uma homenagem a Oxóssi:⁸² “Hoje dia 20 de janeiro. Homenageamos nosso Pai Oxóssi. Que Oxóssi nos abençoe sempre, trazendo discernimento, conhecimento e prosperidade de bons pensamentos, ações e emoções. Que a sua flecha seja sempre certa e nos indique o trilho certo meu Pai. Salve a nossa Umbanda. Salve Oxóssi. Akê Arô.”

A publicação teve 46 curtidas e corações, dois comentários de Vi Anvers: “Salve Oxóssi” e Vanda Nogueira: “Salve pai Oxóssi”, e 11 compartilhamentos.

⁸² Orixá, entidade da caça, irmão de Ogum. Sua importância, entre os yoruba, deve-se a diversos motivos. O primeiro é de ordem material, pois é Oxóssi quem torna as caçadas frutuosas e, em consequência, garante a comida em abundância. O segundo é de ordem médica, pois os caçadores, estando frequentemente na floresta, estabelecem contacto com Osanyin, divindade das folhas medicinais e litúrgicas. Em Kétou, é Olosanyin, entendido através de folhas e talismãs, quem é o guardião de Oxóssi. O terceiro motivo é de ordem social, pois é quase sempre um caçador quem descobre, sob a proteção de Oxóssi por ocasião de suas incursões à procura da caça, um lugar favorável para o estabelecimento de uma nova roça ou de uma futura aldeia onde ele vem instalar-se com sua família. Torna-se o primeiro ocupante do lugar e o dono da terra, à frente daqueles que virão instalar-se depois dele (Verger 2012, p. 207).

Figura 98- Imagens do *Facebook*, Templo de Urubatão



Dados do *Facebook*, visto em março de 2021.

No dia 22 de janeiro, foi publicado um convite para, no dia seguinte, dia 23 de janeiro, às 16h, o responsável pelo terreiro, Pedro Brandão, estarem direto, no *Facebook*, para falar sobre o tema: Magia na Umbanda. A sessão normalmente tem início com a palestra do líder, seguindo-se uma sessão de respostas a perguntas, escritas durante a *live*. A imagem utilizada para fazer o convite aos ciber-fiéis é a mesma, uma obra artística que representa o cérebro se exercitando, na busca constante em aprender. A mesma imagem já tinha sido utilizada, no dia 8 de janeiro.

Em mais de uma hora de conversa, Pedro Brandão define a magia como:

“a antiga ciência dos magos. A magia já está há séculos entre nós, desde o antigo Egito, com o povo iorubá, a cultura iorubá (africana) é tão antiga quanto a cultura egípcia. Numa determinada época, a prática da magia foi mais aberta, depois mais fechada. O recurso a essa magia tem que ser muito bem ponderado, há fatores que são importantíssimos na utilização da magia como: a honestidade, o caráter, a índole, re-

almente ter a noção para que efeitos está a manipular? O que está a fazer e qual o intuito? No fundo a magia é o conhecimento da natureza, é o conhecimento dos elementos da natureza e da parte espiritual, portanto da vida espiritual e esses conhecimentos que são manipulados a fim de se obter alguma situação. Uma das partes fundamentais da magia é o autoconhecimento. Não existe sem nos conhecermos a nós próprios, sem sermos capazes de meditar, sem sermos capazes de tomar um tempo e pensar e esse conhecimento alinhado ao estudo, aos elementos da natureza e todo conceito alinhado ao conhecimento espiritual, é o que nos vai tornar capazes de manipular os elementos, água, terra, fogo, ar e o elemento etéreo.”⁸³

O termo magia está muitas vezes associado ao mal, ao lado perverso de se procurar os terreiros para consolidar as maldades. Sobre essa questão Brandão é enfático:

“Não faz sentido. Uma religião de amor, uma religião de conhecimento, uma religião de partilha, jamais servirá de alguma forma para prejudicar o próximo porque se uma das bases da Umbanda é o amor ao próximo, a prática da caridade e o auxílio ao próximo, então tudo o que possa desviar o irmão, essa pessoa naquilo que em sua essência é a sua vontade, está errado e nunca poderá ser feito. Evidente que haverá entidades a dar cobertura a esse tipo de situação, mas não são as entidades de luz, que trabalham na Umbanda. Serão sim, irmãos no plano espiritual ainda no processo evolutivo, que muitas das vezes giram naquela frequência energética e vão buscar a seu proveito determinado tipo de energia que é alimento espiritual para eles, em troca desses favores, em troca desses pedidos. Essas entidades não têm lugar na Umbanda, não são as entidades da Umbanda, que trabalham a dar passe, a dar consulta, e a amar e acarinhar quem os procura. Então, não é essa a magia que deve procurar na Umbanda porque numa casa fundamentada não é esse o auxílio que vai encontrar na Umbanda”, alertou Brandão aos que se questionam sobre os propósitos da religião.⁸⁴

Segundo ele, o trabalho que será encontrado na Umbanda é da responsabilização pessoal, de auxílio para superar situações difíceis, de acarinhar quem precisa de ajuda, mas não de entrar em guerra, nem devolver com a mesma moeda, porque não faria sentido. É evidente que existem magias muito fortes, mas no princípio do entendimento, diz o líder,

“... está a fé em Deus, porque as magias existem, mas maior que Deus não tem e maior que Deus não há. Partindo desse pressuposto e acreditando verdadeiramente, pode se fazer alguns banhos, defumações, manipulações a nível magístico, para nos auxiliar e nos libertar de determinado tipo de magias, mas nunca a devolver da mesma maneira. Dentro da Umbanda existem vários tipos de magia, muitas delas são iniciáticas, portanto, quando o filho inicia a sua caminhada espiritual e a medida que vai atingindo determinado patamar, neste caso no Templo Urubatão, vai recebendo e vai sendo munido de algumas ferramentas e de alguns entendimentos e conhecimentos das magias. Quer sejam eles das ervas sagradas e através dessas ervas podemos fazer uma série de manipulações, até ter o entendimento dos alimentos, o valor etéreo de

⁸³ Disponível em: <https://www.facebook.com/Templo-Urubat%C3%A3o-820027124732401>

⁸⁴ Disponível em: <https://www.facebook.com/Templo-Urubat%C3%A3o-820027124732401>

cada alimento, como se pode aportar essa energia, por exemplo, numa oferenda⁸⁵ a um orixá e é isso. A magia leva, como em tudo na vida, muito tempo, leva muito entendimento, é mais uma vez ao tempo de cada um, respeitando o tempo de cada um e é essencial o autoconhecimento. Sem essa emoção da responsabilidade daquilo que nos é entregue pode ser muito perigoso, porque determinado tipo de conhecimento nas mãos de pessoas, menos informadas ou menos interessadas relativamente as leis espirituais, ao que se poderá fazer e ao que não se poderá fazer, realmente estragos e trazer muita infelicidade na vida dos outros. É para isso que cá estão os terreiros de Umbanda”.⁸⁶

Na mesma *live*, realizada no dia 23 de janeiro, Brandão destaca que a Umbanda sempre acompanhou o ser humano. Ele garante que vê a religião presente em todas as religiões e nos tipos de conhecimento e de iniciação proporcionados por estas, porque a Umbanda é isso mesmo, uma religião iniciática em que a pessoa vai passando por uma evolução, iniciando-se em determinado tipo de procedimento. O líder religioso diz ser um exercício constante de prática e teoria:

“É complexo, mas é o que o torna fascinante. Ter principalmente a noção de que a maior magia é o pensamento, que é isso que importa, que é isso que nos vai proteger, é isso que vai nos salvar. Onde brilha a luz, não existe escuridão.”⁸⁷

⁸⁵ As oferendas realizadas pelo zelador ou dirigente do terreiro de Umbanda são uma forma de catalisar e movimentar o axé. O axé é o fluido cósmico universal que a tudo interpenetra provindo do hálito mantenedor do Criador. Nas oferendas o axé é transmitido, revitalizado, renovado, expandido por meio de elementos materiais ou de certas substâncias que farão o papel de condensadores energéticos. Uma vez transferido o axé para os elementos da natureza que compõem a oferenda, o axé será potenciado pelos guias espirituais que conjugam outros fluidos etéreo-astrais necessários à corrente mediúnica ou particularmente a um médium, renovando seu poder de realização, em outras palavras, o fortalecimento de seu Ori. Toda oferenda, ebó ou outro tipo de trabalho espiritual é firmado por invocações mentais ou mantras, que são comandos verbais e têm como objetivo fazer a ligação da dimensão física com o plano extrafísico. No plano extrafísico haverá espíritos desencarnados que receberão e movimentarão a contraparte astral da oferenda, conduzindo esta energia ao seu destino. As oferendas são materializadas através de comidas, presentes, agradecimentos às entidades espirituais (grifo nosso). Disponível em: <https://legiaopublicacoes.com.br/ofereandas-realizadas-nos-terreiros-de-umbanda-21>

⁸⁶ Disponível em: <https://www.facebook.com/Templo-Urubat%C3%A3o-820027124732401> visto em mar. de 2021

⁸⁷ Disponível em: <https://www.facebook.com/Templo-Urubat%C3%A3o-820027124732401> visto em mar. de 2021

Figura 99 - Imagens do *Facebook*, Templo de Urubatão



Dados do *Facebook*, visto em março de 2021.

No dia 24 de janeiro, o Templo do Urubatão, em conformidade com o que defende, informou que a partir do dia 31 de janeiro conta com o projeto Ombro Amigo, todos os sábados das 10h às 12h. Na ocasião, Pedro Brandão esteve disponível na plataforma Zoom para uma conversa, para dar um conselho, ou oferecer uma ajuda. O atendimento é individual e feito mediante marcação prévia, tendo um limite de vagas, cada sábado, de três pessoas. O *post* disponibiliza um link para inscrição e para o preenchimento do formulário. Quem fez as inscrições, receberá mensagens com dia, hora marcada e link de acesso ao zoom. Na publicação, 30 curtidas e corações, 4 comentários e 15 compartilhamentos.

Figura 100 - Imagens do *Facebook*, Templo de Urubatão



Dados do *Facebook*, visto em março de 2021.

No dia 25 de janeiro, a publicação teve como intuito dar os parabéns à irmã da casa, Sofia Eusébio, “Que passes hoje e sempre dias muito felizes filha. Que Oxalá te abençoe sempre, trazendo felicidade, saúde e realização. Um abraço e muitos bjs”. A imagem utilizada é a mesma quando se dá as felicitações a alguém, imagem essa que já trouxemos aqui.

Na segunda-feira, dia 25 de janeiro, uma mensagem para começar bem a semana: “Bom dia irmãos, uma ótima semana para todos. Vamos à luta, já é segunda. Que Exu nos traga caminho, verdade e discernimento, saúde e capacidade de superação. Fé e amor no coração que o resto a gente empurra. Salve da nossa Umbanda. Salve Exu. Loroyê Exu”.

Figura 101 - Imagens do *Facebook*, Templo de Urubatão



Dados do *Facebook*, visto em março de 2021.

Quatro dias depois, no dia 29 de janeiro, surge novamente o convite para os usuários participarem da *live* do dia 30 de janeiro, para conversar sobre a Umbanda. A arte é a mesma, é o cérebro fazendo o exercício. No dia 30 de janeiro, um aviso a informar que o direto estava atrasado por problemas técnicos. Logo em seguida, no mesmo dia, aparece um link com o título “A magia do pensamento e a lei da atração”, no YouTube. Ao clicarmos, vamos direto para a *live* com o responsável

pelo terreiro, Pedro Brandão.

Figura 102 - Imagens do *Facebook*, Templo de Urubatão



Dados do *Facebook*, visto em março de 2021.

A quarta e última categoria dos usos e gratificações na rede, **a construção identitária**, por sua vez, traz-nos o desejo explícito do usuário ter uma ou mais contas nas redes sociais, que possam amparar sua expressão de ser quem é, ou, o que quer ser. A possibilidade do registo de diversos espaços molda quem é o usuário e qual o seu propósito no espaço online.

É ali, através dos *posts* políticos, sociais, religiosos, das viagens realizadas, dos *posts* opinativos, humorísticos que publica, que contribuirá para que a rede construa um perfil de quem é o usuário, quando este não está conectado. O conhecimento daquele usuário pode ser complementado com o que ele curte, comenta, responde, segue, partilha e participa nos grupos, tendo como objetivo mostrar a maneira como quer ser visto e interpretado.

Ferreira e Espanha (2019, p. 8), reforçam que, neste ambiente, os rastros que são aqui deixados podem criar, reforçar, reformular, sistematizar e repercutir as ideias e valores que constroem a imagem que o usuário quer moldar em sua conta. As indicações do que se considera bom ou ruim, adequado ou inapropriado, chato ou divertido, contribui significativamente para a versão do “retrato do indivíduo” porque sedimenta sua perspectiva. Nesse sentido, a construção da sua identidade se relaciona com as práticas que são partilhadas e ganham visibilidade.

É somente neste novo ambiente, sobretudo nas redes sociais, que é possível suportar a sua expressão identitária. Os indivíduos motivados ao consumo dos meios como atividade mecanizada e secundária buscam um certo “clima”, “atmosfera” que está geralmente presente no desempenho de outras atividades desenvolvidas, como arrumar a casa, trabalhar, costurar ou dar jantar às crianças. Tal propósito não é bem suportado nos novos media, apesar de possível, como deixar uma playlist tocando no YouTube, isso porque, grande parte das atividades operacionalizadas neste ambiente, demanda atenção prioritária para ocorrer. Um indivíduo ouve à televisão, assiste a uma celebração religiosa, reza um terço, ou passar as roupas a ferro, mas para fazer comentários no seu perfil do *Facebook*, ou Instagram, ele deverá dedicar toda a sua atenção a isso. Sob este aspeto, os novos media parecem deter uma relevância que não se adequa a um comportamento mecanizado ou indolente, como aquele motivado pelo hábito/passatempo, até porque os media tradicionais ainda estão aqui para serem usados e fornecer as gratificações que um dia já proporcionaram (Ferreira e Espanha, 2019).

A construção identitária adequou-se acima de tudo à internet devido às propriedades das plataformas que compõem este ambiente: a possibilidade de registo das performances que modelam quem é o usuário, ou, pelo menos, quem ele pretende aparentar. Este novo ambiente, sobretudo as redes sociais, são assim particularmente férteis no tocante à expressão identitária (Ferreira e Espanha (2019).

Os novos media, bem como as condições delineadas pelos media tradicionais, também proporcionam um ambiente em que seus usuários podem conectar-se, mesmo estando à distância, podendo comunicar através de mensagens instantâneas (escrita, voz ou imagem), grupos de discussão, redes sociais formadas a partir de diversos nexos de nós, de forma síncrona ou assíncrona. De facto, tais características estão um passo à frente da interação social, ancorada pelos media tradicionais.

4.7 Site do Templo de Urubatão

Figura 103 - Imagens do site do Templo de Urubatão



Dados do site, visto em março de 2021.

Ao entramos no site do Templo de Urubatão, nos deparamos de imediato com as regras do Estado de Emergência, em que se acentua a limitação de participantes no Templo e se lembra que as inscrições para gira⁸⁸ deverão ser efetuadas até à quinta-feira da semana que antecede a celebração. Depois da inscrição, os organizadores do terreiro enviam aos interessados um e-mail com a hora a que devem estar no portão. E se a pessoa que realiza a inscrição por alguma motivo não conseguir chegar à casa, é solicitado que informe, para que a vaga seja destinada a outra pessoa. Se até sexta-feira não receber e-mail de confirmação, pede-se que entre em contato direto com a casa geral.urubatão@gmail.com Tudo estamos a fazer para continuar a ajudar, em consonância com as palavras expressas logo na primeira página do site: Fé e Amor na ajuda ao próximo.

Ao fazer descer a barra de rolagem no site, ou ao clicar a barra superior sobre 'quem somos', vamos ler resumidamente o que faz o Templo. É uma Associação sem fins lucrativos que tem como objetivo o culto religioso, auxílio espiritual, prática da caridade, estudo e ensino da religião de Umbanda. Entre os objetivos do grupo estão: a dignificação da Umbanda, o estudo e a ajuda ao próximo, sendo as seguintes expressões as palavras de ordem da casa, segundo o site: ajuda, honestidade e humildade. 'Pé no chão e fé em Deus', é a frase que termina a apresentação breve de quem somos, e que é utilizada frequentemente, no *Facebook*, nas conversas da *live*, dentro do terreiro, como sendo uma espécie de slogan do Templo.

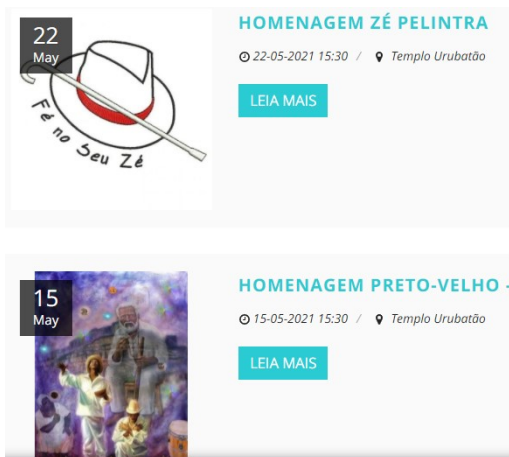
⁸⁸ Termo utilizado na linguagem da crença para designar as festas, a celebração no terreiro, nas casas de culto.

Logo de seguida, o site nos apresenta uma definição rápida do que é Umbanda. É monoteísta, acredita num só Deus, Olorum, e vê os orixás (as entidades) como uma manifestação divina de Olorum. Na definição da página, a Umbanda agrega o culto de elementos, de origem africana, católica, indígena e espírita, entre outros. Segundo a definição de Pedro Brandão, a Umbanda não tem dogmas ou tabus, todos são vistos como iguais, independentemente do estatuto social, orientação sexual, cor e até mesmo, crença religiosa. Para a religião, a unicidade de cada um faz parte integrante de um todo, essa junção torna-nos irmãos de fé por compartilharmos dos mesmos princípios religiosos. E aqui, neste mesmo ponto, há uma palestra sobre o respeito em relação aos diversos segmentos religiosos, por se entender que a religião não define o caminho para se chegar a Deus. Entre os pilares sagrados do Templo e da crença estão: a prática da caridade, a não cobrança pelo trabalho espiritual, a não matança de animais nos terreiros para oferecê-los como oferenda às entidades, não fazer distinção de cor, estatuto social, orientação sexual, crença religiosa.

Depois, aparecem os comunicados das celebrações, das giras, segundo às normas da Direção Geral de Saúde (DGS de Portugal). Como complemento, aparece o calendário das atividades do terreiro, com as datas e as homenagens do dia.

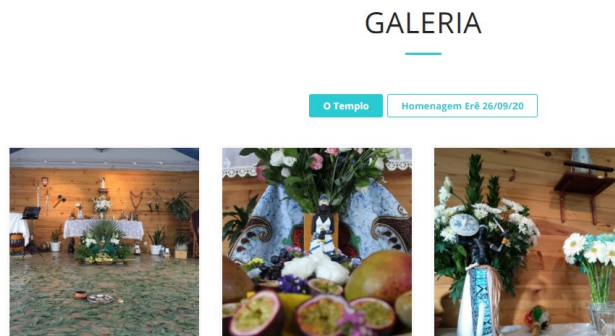
Ao deslizar o rato em cima das abas superiores, vemos workshops e cursos, mas a página não está atualizada, a galeria de fotos com poucas imagens, referentes a setembro de 2020, não reflete os trabalhos feitos e os contactos da casa. Há um cuidado maior em atualizar as informações no *Facebook*, sendo a rede social, bem como observamos nos outros terreiros, o ‘carro chefe’ em termos de informação, ou seja, enquanto as redes se mantêm atualizadas, os sites institucionais nem sempre acompanham o dinamismo da rede e acabam por ficar atrás, quando se trata de atualização do conteúdo. O motivo principal para esse ponto está na audiência. O público interage, curte, compartilha, sente-se como parte mais integrante da proposta do que é um Templo, do que é um terreiro. O que se discutiu anteriormente sobre a interação social, e como esse aspeto pode ser agregador para a continuação dos trabalhos religiosos, principalmente ao se aliar às plataformas digitais, vem aqui a propósito. Os grupos conseguiram entender a importância e a eficácia dos espaços para manter a informação viva e circulando na constante busca por mais interessados em conhecer o produto que, neste caso, se volta ao sagrado. Afinal de contas, a palavra de Deus, como as outras palavras, descobriram que andar aliado pode ser mais “rentável” do que lançar polémicas sobre as questões tecnológicas.

Figura 104 - Imagens do site do Templo de Urubatão



Dados do site, visto em março de 2021.

Figura 105 - Imagens do site do Templo de Urubatão



Dados do site, visto em março de 2021.

Depois de analisarmos o site do Templo de Urubatão e de constatarmos que o investimento feito nas redes sociais é muito maior no sentido da atualização das informações, das imagens e das respostas mais rápidas, quando se tem dúvida, não é precipitado afirmar que se caminha em breve, para a ocupação apenas das redes sociais porque é lá que as pessoas estão conectadas a maior parte do tempo.

4.8 “Um para um” e “um para muitos” se desfaz na internet?

Em consonância com o que colocamos na nossa metodologia, agora procuraremos explorar os resultados da proposta de Lévy (1997), em que o autor desenvolve a ideia de que o grau de interatividade dos media se mede através das possibilidades de apropriação e personalização da mensagem, por meio de um dispositivo comunicacional, “um por um” e “um para todos”, proposta esse que é questionada por Dahlgren (2005). Este autor defende que com a internet, as formas consolidadas de comunicação de “um para muitos” e de “um para um” se desfaz, exatamente pela comunicação em grupo poder ser atribuída tanto à comunicação de massa quanto a interação, retirando o poder da arena política formal por meio de uma variedade de mecanismos e, assim, restringindo e enfraquecendo a democracia.

Com efeito, podemos lembrar que o princípio da ação da audiência, segundo este referencial teórico (modelo elaborado por Rosengren apud Wolf, 1995:71), é que os participantes da audiência, em contacto com as estruturas intra-individuais e extra individuais, e em interação com os aparatos sociais, podem ser responsáveis pela conjugação de problemas que exigem satisfação ou

solução. A combinação dos problemas e das possíveis soluções (encontradas nos meios) conduz os recetores à exposição seletiva dos conteúdos, produzindo modelos diferenciados de audiência.

A exposição a esse conteúdo, será, de acordo com Lévy, “a possibilidade de reapropriação e de recombinação material da mensagem por seu recetor ser um parâmetro capital para a avaliação do grau de interatividade de um dispositivo” (1997: 83). O indivíduo, pode desse jeito, utilizar os media como quer, na hora em que quiser, fazendo escolhas segundo afinidades desenvolvidas sejam estas no aspeto identitário individual ou mais coletivo, relativamente a valores, costumes, ideologias, crenças, por forma a aumentar o grau de interatividade que deseja alcançar e evidenciar. Através da ligação, do manuseio, será construída a relação que quer manter com esses mesmos media.

Nesta perspetiva, segundo Pierre Lévy o grau de interatividade dos media ou de um dispositivo de comunicação pode ser medido tendo por base os seguintes eixos: possibilidades de apropriação e de personalização da mensagem recebida, independentemente da natureza dessa mensagem; reciprocidade da comunicação (a saber, um dispositivo comunicacional “um-um” ou “todos-todos”); virtualidade, que enfatiza aqui o cálculo da mensagem em tempo real em função de um modelo e de dados de entrada; implicação da imagem dos participantes nas mensagens; a ‘telepresença’, sendo este o ponto alto da ‘interatividade’ (Lévy, 1997: 86).

Esta proposta de Lévy evidencia, ainda para nós, a existência de três relações entre os participantes no processo de comunicação dentro de um contexto interativo: 1) o emissor envia a mensagem para muitos recetores – “um-todos” –, é o caso da televisão e rádio, dos meios de comunicação mais tradicionais; 2) emissor emite mensagem para um só recetor – “um a um” –, o contacto de indivíduo a indivíduo, de que se falou ao abordar a vivência das relações sociais; 3) uma relação todos-todos, na qual se possibilita um contexto comum a vários participantes. Aqui, identificamos o quanto a relação pautada no tempo presente se alimenta do que acontece, enquanto e quando estamos em rede, numa perspetiva macro, de esfera pública.

Para pensarmos a partir de outro caminho, em que a distinção de “um para muitos” e “um para um” se desfaz na internet, onde por exemplo, a comunicação em grupo pode ter atributos tanto de comunicação de massa quanto de interação, trazemos para este debate Dahlgren (2005), com o texto: ‘The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation’. Este autor traça três dimensões analíticas principais: a estrutural, a representacional e a internacional, abordando temas centrais relativos às dificuldades atuais da democracia, refratadas pela perspectiva das lentes da esfera pública. Em particular, a atual desestabilização dos sistemas de comunicação política deve ser vista como contexto para a compreensão da internet, já que esta contribui para essa desestabilização. Ao mesmo tempo, aponta Dahlgren, a desestabilização pode incorporar um sentido positivo, apontando para dispersões de padrões mais antigos que podem ter sobrevivido à sua utilidade e possibilidade de reconfiguração.

Entre as consequências positivas trazidas pela internet está, por exemplo, a extensão e crescente pluralismo da esfera pública, sendo que a deliberação procede na esfera pública online, apesar do atual ambiente desestabilizado da comunicação política. Acho a noção de democracia deliberativa útil, embora seus preconceitos racionalistas, particularmente no contexto da política extraparlamentar, limite sua utilidade. O que eu chamo de culturas cívicas oferece uma maneira aprimorada de compreender o significado de discussão política online (Dahlgren, 2005, p. 3).

Do ponto de vista de uma esfera pública em funcionamento, entendemo-la como uma constelação de espaços comunicativos na sociedade que permitem a circulação de informações, ideias, debates – idealmente de forma irrestrita – e também a formação de vontade política (ou seja, opinião pública). Esses espaços, em que os meios de comunicação de massa e agora, mais recentemente, os media interativos, figuram com destaque também servem para facilitar os vínculos comunicativos entre os cidadãos e os detentores de poder da sociedade.

No que diz respeito à internet, a dimensão estrutural direciona nossa atenção para a forma como os espaços comunicativos relevantes para democracia se configuram de forma ampla. Essa tem a ver com coisas como a maneira pela qual a cibergeografia é organizada em termos de recursos legais, sociais, econômicos, culturais, técnicos e até mesmo arquitetônicos da web. Esses fatores têm um impacto sobre as maneiras pelas quais a internet é acessível ou não para os cidadãos usar. A dimensão representacional (aqui incluímos a religião), se refere a produção dos media que tem como alvo pequenos grupos específicos. E dada a crescente “massificação” da comunicação na internet, a representação torna-se altamente relevante para contextos online, da esfera pública também. Nesta dimensão, trata-se das questões relacionadas ao sagrado, a produção de conteúdo dos grupos de cada segmento religioso, incluindo diversidade de pontos de vista, tendências ideológicas, visões políticas, entre outros, grifo nosso (Dahlgren, 2005, p. 4).

Esse processo interacional é o que o autor chama de encontro dos cidadãos com os media, por meio de processos comunicativos, de interpretação e sentido. Um segundo aspeto tratado é a interação entre os cidadãos, formalizada ou não como deliberação, quando se dá um passo para os contextos sociais do dia a dia. O que Alasuutari (1999) chamou de terceira geração de pesquisa de recepção nos media de massa, onde os estudos vão além dos locais reais de recepção dos media e investigam a circulação de significado nos micro-contextos mais amplos da vida cotidiana.

Com a chegada da internet, há notadamente um grande passo histórico quando nos referimos à interação cívica no domínio online e o caráter extenso da esfera pública, que se torna ainda mais acentuado. Aqui também há uma tendência para as categorias de representação e interação se confundirem. As formas consolidadas de comunicação de “um para muitos” e de “um para um” se desfazem na internet, exatamente pela comunicação em grupo poder ser atribuída tanto à comunicação de massa quanto à interação. As três dimensões citadas por Dahlgren (2005) – a estrutural, representacional e interacional – fornecem assim um ponto de partida analítico para examinar a esfera públi-

ca de qualquer sociedade ao analisar a contribuição de qualquer tecnologia da comunicação.

São pontos tratados anteriormente que acendem as nossas discussões sobre os problemas de saúde da democracia, intensificados na década de 90, quase o tempo em que a internet liderava uma revolução nos media. Não demorou muito para que os observadores relacionassem os dois fenômenos. Que as novas tecnologias de informação e comunicação estão a afetar todas as esferas da vida na sociedade moderna, não é novidade, mas permanece a ambiguidade quanto até que ponto estão a contribuir para a expansão da democracia participativa (cf. Anderson & Cornfield, 2003; Jenkins & Thornburn, 2003). Segundo Dahlgren (2005), a compreensão – e talvez até mesmo a apreciação – dessa ambiguidade aumenta à medida que se aprofunda a percepção da complexidade das dificuldades da democracia.

Também se pode acrescentar que as indústrias desregulamentadas e os conglomerados de media impulsionados pelas forças de mercado empurram cada vez mais para as margens todas as considerações normativas (por exemplo, jornalismo de valores) que não aumentem os lucros a curto prazo (cf. Baker, 2002). As consequências de que essas transformações são profundas e a coerência do sistema de comunicação política são questionadas. Esta desestabilização abrange várias vezes tendências antitéticas. Do lado negativo, podemos listar o caos, a ineficiência, a imprevisibilidade e assim para frente. Além disso, as forças centrípetas do capital privado estão a aglutinar-se sob a ordem neoliberal predominante, retirando o poder à arena política formal por meio de uma variedade de mecanismos e, assim, restringindo e enfraquecendo a democracia (Dahlgren, 2005, p. 6, tradução nossa).

Por outro lado, numa visão positiva, os novas media trazem a tendência de aumentar as vozes políticas, gerar novos modos de ‘engajamento’, e redefinir as antigas configurações da política. O autor também defende que a heterogeneidade cultural pode sugerir dispersões e abertura que podem ser desenvolvidas para ganhos. A desestabilização pode, portanto, estender a comunicação política por meio de um plano cívico horizontal comunicação, bem como através da comunicação vertical entre os cidadãos. Ainda se deve reconhecer que, de uma perspectiva de sistemas, muita dispersão e ‘polivocalidade’ prejudicam a eficácia política e a governança.

É justamente neste ponto que falamos das contribuições da internet para a esfera pública. Existem milhares de sites relacionados com a esfera política aos níveis local, nacional e global. Podemos encontrar grupos de discussão, salas de bate-papo, jornalismo alternativo, organizações cívicas, ONGs (cf. Berman & Mulligan, 2003; Bennett, 2003b; cf. Levine, 2003). Essa pluralização não apenas se estende, mas também dispersa, a esfera pública aglomerada dos meios de comunicação de massa.

Se a internet facilita uma heterogeneidade comunicativa, o lado negativo deste desenvolvimento é, obviamente, a fragmentação, com as esferas públicas a se voltarem para ilhas díspares de

comunicação política, como Galston (2003) argumentou. Aqui abre-se ainda outro importante tema de pesquisa, que deve contemplar uma perspectiva sistêmica abrangente. É compreensível que vários grupos sintam que devem primeiro se aglutinar internamente antes de se aventurarem na esfera pública mais ampla; no entanto, guetos cibernéticos ameaçam minar uma cultura pública compartilhada e a função social integradora da esfera pública e podem até ajudar a fomentar a intolerância onde essas comunidades têm pouco contacto – ou entendimento – umas com as outras. A fragmentação também deriva simplesmente da proliferação de grupos de defesa e da variedade de questões disponíveis. Embora a política partidária online tradicional e as formas de governo eletrônico possam servir como forças centrípetas para tal fragmentação, a tendência é claramente no sentido de aumentar a dispersão.

Other scholars alternatively take as their point of departure the understanding that we are moving into a new, transitional era in which the certitudes of the past in regard to how democracy works have become problematic. In terms of the internet, however, the argument is that they become particularly salient precisely in the domain of informal, extra-parliamentarian politics. There has been massive growth in what we can call advocacy or issue politics, often in the form of ongoing campaigns. Some of the advocates are large and powerful interest groups; others take the form of social movements or have a more grass roots character. Many represent versions of “new” politics (called “life politics” by Giddens, 1991, and “sub-politics” by Beck, 1997; Bennett, 2003b, spoke of “lifestyle” politics); such politics can materialize all over the social terrain in many different contexts (Dahlgren, 2005, p. 9).

Nos tempos presentes, as fendas cheias de tensões derivadas às mudanças nas indústrias dos media, nos padrões socioculturais e nos modos de engajamento político começam a deixar transparecer novas tendências na esfera pública, onde a internet faz a diferença.

4.9 Os limites de uma frágil democracia

Dahlgren (2005) vê limitações no conceito de democracia deliberativa como horizonte analítico para compreensão do impacto democrático de discussão política nas esferas públicas online. Os preconceitos racionais da perspectiva da democracia deliberativa precisam ser complementados com as chamadas ‘culturas cívicas’. As teorias da democracia geralmente postulam que a interação comunicativa entre os cidadãos é de importância primordial. A discussão cívica é vista como constitutiva de públicos, que são moral e funcionalmente vitais para a democracia. A noção específica da democracia deliberativa integra elementos da teoria política com perspectivas sobre a comunicação.

A ideia de deliberação aponta para os procedimentos de discussão aberta com o objetivo de

alcançar um consenso racionalmente motivado. Certamente, o diálogo é preferível à violência e o bom diálogo é preferível ao mau diálogo, mas tendo como referente a situação do discurso ideal habermasiano, critérios exigentes são colocados na natureza da discussão política. Padrões elevados são úteis e necessários para definir direções, mesmo se percebermos que a realidade muitas vezes fica aquém dos ideais (Dahlgren, 2005, p. 11). As discussões online nem sempre seguem os altos ideais estabelecidos para a democracia deliberativa. A ‘conversa’ online nem sempre é tão racional, tolerante para com aqueles que sustentam pontos de vista opostos, às vezes até é mesmo insuficiente, e as formas de interação nem sempre são tão civilizadas (Wilhelm, 2000).

Quando Dahlgren (2005) nos aponta a visão da democracia deliberativa, fornece uma bússola útil para imaginar o que poderiam ser as esferas públicas aprimoradas. Existem ainda duas dificuldades conceituais básicas no racionalismo discursivo em Habermas (1989), a posição original em relação a esfera pública – e isso é ampliado no seu trabalho posterior sobre pragmática – e a situação ideal do discurso (Habermas, 1984, 1987). O primeiro é agora familiar, e vou apenas mencioná-lo sem maiores desenvolvimentos: o viés racionalista tende a desconsiderar uma ampla gama de modos comunicativos, que podem ser importantes para a democracia, incluindo o afetivo, o poético, o humorístico, o irônico e outros. O segundo ponto diz respeito ao argumento de que a perspectiva da democracia deliberativa corre o risco de minimizar as relações de poder que são construídas em situações comunicativas. Kohn (2000, p. 409) aborda esta questão ao afirmar que “a razoabilidade é em si uma construção social que geralmente beneficia aqueles já no poder. . . A teoria democrática deve considerar como as perspectivas críticas capazes de desafiar a definição dominante de racionalidade são geradas, contestadas e institucionalizadas.” Embora Kohn ressalte o papel importante da democracia deliberativa, a autora afirma que esta tende a privilegiar os modos de comunicação entre as elites. Ela defende que, historicamente, a expansão do caráter democrático da sociedade foi impulsionada pela mobilização, a geração de identidades coletivas e ação concertada, e não pela obtenção de consenso deliberativo.

4.10 Cultura cívica e discussão política

Como forma complementar de analisar e compreender as esferas da interação política na esfera pública online, há uma proposta de Dahlgren para que tratemos a discussão política não apenas em termos das suas qualidades comunicativas, mas também como uma forma de prática integrada em culturas cívicas mais abrangentes. O estudioso tem desenvolvido a noção de ‘cultura cívica’ (Dahlgren, 2000a, 2000b, 2003) como uma forma de conceber os fatores que podem aumentar ou impedir a participação política – a representação da cidadania –, entendida aqui como forma de agenciamento social.

O espaço permite apenas uma breve visão geral desta noção, e então falaremos da questão da discussão política, enquadrando-a como parte das culturas cívicas. Podemos inferir das discussões trazidas até aqui que a ideia de cultura cívica toma como ponto de partida a noção de cidadão como ‘agente social’ e perguntar quais os fatores culturais por detrás desse agenciamento (ou sua ausência). As culturas cívicas apontam tanto para as condições quanto para as manifestações de tal participação; elas estão ancoradas na mentalidade e no meio simbólico da vida quotidiana. Segundo Dahlgren (2005), as culturas cívicas são potencialmente fortes e vulneráveis: ajudam a promover o funcionamento da democracia, podem servir para empoderar ou enfraquecer os cidadãos, mas, como todos os domínios de cultura, podem ser facilmente afetados pelo poder político e económico. Uma suposição fundamental aqui é que uma democracia viável deve ter uma ancoragem ao nível das experiências de vida dos cidadãos, recursos pessoais e disposições subjetivas. A noção de culturas cívicas enxerta alguns elementos frutíferos da teoria cultural em alguns temas mais familiares de comunicação política. Isso faz com que se destaque que dimensões como significado, identidade e subjetividade são elementos importantes da comunicação política.

É importante sublinharmos que o conceito de cultura cívica não pressupõe homogeneidade entre os cidadãos, mas antes que existem muitas maneiras pelas quais a cidadania e a democracia podem ser promulgadas. No entanto, sugere-se a necessidade de compromissos compartilhados com a visão e os procedimentos da democracia, que por sua vez implica a capacidade de ver, além dos interesses imediatos do próprio grupo. É desnecessário dizer que este é um equilíbrio desafiador para se manter. No entanto, diferentes grupos sociais e culturais podem expressar a cultura cívica de diferentes maneiras, teoricamente aumentando as possibilidades da democracia. Para facilitar o uso deste conceito materialista e construtivista, trato-o como compreendendo uma série de parâmetros inter-relacionados dinamicamente: valores, afinidade, conhecimento, identidades e práticas (Dahlgren, 2005, p. 13, tradução nossa).

Será com esses parâmetros que passarei à conclusão deste trabalho, lembrando que não é o nosso intuito finalizar o debate, as discussões sobre a religião no meio digital, por entendermos que a velocidade desses espaços com que se refaz a religião quase que diariamente traz elementos para serem integrados no universo referente ao meio digital. Conscientes de que esta discussão servirá para desenhar outros futuros trabalhos sobre o tema, tentámos contribuir, sobretudo, para um olhar comunicacional integrado com outros campos de pesquisa, recorrendo assim a uma visão que privilegia a interdisciplinaridade como forma de agregarmos conhecimento e dialogar com distintas áreas. Assim sendo, nas próximas páginas, traremos, através da conclusão, um fechamento breve sobre as nossas divagações académicas que resultaram nesta tese.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Segundo Dalhgren (2005), a internet está na vanguarda da esfera pública em evolução, e se a dispersão das esferas públicas geralmente está contribuindo para o já desestabilizado sistema de comunicação política, contra-esferas públicas na internet também estão permitindo que cidadãos engajados desempenhem um papel no desenvolvimento de novas políticas democráticas. A discussão aqui pode assumir a forma de deliberação, com vários graus de sucesso.

No término das nossas reflexões e análises, a inquietação parece ter aumentado significativamente. Novas perguntas surgem quando o que queríamos, mesmo, eram as “respostas”. Buscávamos responder como uma netnografia é desenhada pelos terreiros de Candomblé e Umbanda, em Portugal. Como o próprio nome diz, uma netnografia, é construída segundo as informações disponibilizadas em rede naquele momento de avaliação e, atendendo à velocidade das plataformas digitais, aquele tipo de conteúdo pode vir a sofrer mudanças com alguma regularidade para adequar-se aos interesses do público. Lembrando ainda, que não temos acesso a todo tipo de conteúdo, pelos filtros que são mantidos pelos líderes religiosos e responsáveis pela alimentação das redes sociais. Filtros esses que acabam por reforçar a ideia do consumo nos espaços sagrados. Tal prática fortalece o mercado, as ideias propostas pelo capitalismo, como procuramos demonstrar ao longo da tese.

Por estarmos inseridos numa sociedade (considerada de “consumo”), a prática do exercício de consumo, molda as relações individuais e coletivas, sejam religiosos ou não, repensados a partir das relações humanas e também a partir de relações entre consumidores e os objetos.

A nossa perspectiva nesta tese partiu exatamente do ponto de que estamos inseridos numa sociedade que conversa a diversos níveis com o mercado de bens e consumos, presentes nos princípios comuns, nos estilos de vida, nas identidades sociais e nos projetos de grupo para quem é religioso e para quem não se define como tal. O estímulo a “emancipação” do sujeito aflito, angustiado com a falta de estabilidade de tempos confusos, dialoga com a “liberdade” propagada nos espaços digitais. Liberdade essa que é condicionada, e que para os sujeitos participarem das redes sociais, procedimentos devem ser seguidos, para não correr o risco de ser colocado em quarentena, ou de ser banidos pelos grupos.

Tornou-se, inclusive, senso comum aceitar o imbricamento entre a produção de sentido nas denominações religiosas e a produção na sociedade de consumo. Não por acaso, o consumo atingiu seu ápice quando conseguiu entrar no âmago da religião e esta por sua vez se foi transformando cada vez mais em mercadoria (CAMPOS, 1997). Assistimos, gradativamente, à sacralização do mercado e ao engendramento da sua própria “teologia” de consumo. Um parece não sobreviver mais

sem o outro e o campo, que foi alterado nas duas vertentes, estabelece elos de continuidade e manutenção baseados na “troca de favores”, enquanto institui relações profícuas de consumo com as novas maneiras de significar e de vivenciar o sagrado, muitas vezes através de produtos e serviços.

Nesse sentido, estamos muito para além de encarar o consumo dos produtos religiosos (quaisquer que sejam: workshops, artefatos, colares de conta, torço (pano usado na cabeça), indumentária, entre outros) que, no caso da denominação religiosa que estudamos, não estão apenas nas fotos das suas redes sociais, mas também entrelaçados com a promoção do consumo na formação do processo identitário dos fiéis (e dos ciber-fiéis) de uma denominação religiosa atenta ao sistema simbólico que une produtos, pessoas, consumo e estilos de vida. Portanto, a identidade pessoal/religiosa torna-se dependente do consumo no nosso entendimento. Consumo esse propagado pelas instituições de maneira sutil, sem alarde.

Tudo isso ocorre nos termos fundamentais da própria cultura do consumo, na qual a “questão dos prazeres emocionais do consumo, os sonhos e desejos [são] celebrados no imaginário cultural consumista e em locais específicos de consumo que produzem diversos tipos de excitação física e prazeres estéticos” (FEATHERSTONE, 1995, p.31), exatamente como observamos nas dimensões vivenciais (online e offline) dos terreiros de Candomblé e Umbanda, em Portugal.

Com base na netnografia realizada, podemos afirmar que a utilização das plataformas digitais pelas religiões aqui estudadas fortalece o consumo, criado pela multiplicação dos objetos, dos serviços, dos bens materiais, originando o que Baudrillard (1995) chamou de categoria de mutação fundamental na ecologia da espécie humana. O que governa o consumo é o pensamento mágico, uma mentalidade sensível ao miraculoso que rege a vida quotidiana, através de uma mentalidade primitiva, no sentido em que foi definida como baseada na crença na onipotência dos pensamentos, ou seja, crença na onipotência dos signos (como fatores de segurança). A opulência, a afluência não passa da acumulação dos signos da felicidade. Os benefícios do consumo não se vivem como fruto do trabalho, vivem-se como milagre. Sendo assim, as práticas comunicacionais apontam concretamente para mediatização da religião o que desemboca nos rituais performativos de mobilização do sentimento coletivo, nutrindo a atenção dos media.

O facto de ter surgido uma pandemia, cujo principal aspeto foi o isolamento social para diminuir a rapidez da transmissão do vírus, no meio do nosso estudo sobre a religião, fez-nos lembrar as afirmações de Baudrillard (1995) relativamente ao enclausuramento quotidiano como insuportável sem o simulacro do mundo, sem o alibi de uma participação no mundo. Esta tornou-se questão de sobrevivência, a necessidade de alimentar-se das imagens e dos signos multiplicados da vertigem da realidade e da história.

Dito isso, o consumo pode ser analisado sob dois aspetos: 1. como processo de significação e comunicação, baseado num código em que as práticas de consumo (compreendido como um siste-

ma de permuta e equivalente a uma linguagem abordada por uma análise estrutural) vem assumir o respetivo sentido; 2. como processo de classificação e diferenciação social, em que os objetos signos se ordenam não só como diferenças significativas no interior de um código, mas como valores estatutários no seio de uma hierarquia. Neste sentido, o consumo pode ser objeto de análise estratégica que determina o seu peso específico na distribuição dos valores estatutários (com a implicação de outros significantes sociais como: saber, poder e cultura).

Com efeito, o verbo consumir implica que as escolhas não se fazem à sorte, mas são socialmente controladas, refletindo o modelo cultural em cada contexto social vivido. Os bens não se produzem nem se consomem indiferentemente, devem ter significado em relação a determinado sistema de valores. Similar opinião aduz uma perspetiva sobre o consumo em termos de integração: o fim da economia não é a maximização da produção associada ao sistema de valores de sociedade.

O consumo pode substituir-se às ideologias e acabar por assumir a integração da sociedade, como acontecia com os rituais hierárquicos, ou religiosos, das sociedades primitivas. As religiões primitivas não conhecem qualquer sacramento, mas tem apenas o conhecimento de uma prática coletiva. Com a individualização do princípio de salvação (sobretudo, na espiritualidade cristã) é que se instituem os sacramentos e os oficiantes deles encarregados. Com a individualização ainda mais acentuada da consciência, institui-se a confissão individual, o sacramento por excelência (Baudrillard, 1995).

Além da efetividade dos diálogos entre religião e consumo, também apresentámos análises de alguns terreiros de Portugal e como estão inseridos no *Facebook*, uma das maiores plataformas comunicacionais em rede, por ser vista como uma ferramenta de complemento do trabalho realizado nas casas de culto, levando em consideração que é um meio potencializador para despertar a curiosidade do internauta e esse, procurar o espaço físico do terreiro.

Neste momento em que apontamos para a importância das redes sociais, das audiências, tema já tratado nesta tese, trazemos aqui, para estes momentos finais, algumas reflexões, nem sempre positivas, confortáveis a respeito dos media, mas importantes para nos deixar inquietos com o manuseio, a dependência excessiva das redes sociais. Como avisa Callion (2021) no texto ‘Reflexões nas redes sociais’, torna-se importante pensarmos os novos media numa perspetiva realista, com os pés bem fincados no chão. Com a pandemia do Covid-19, o uso do digital aumentou, como vimos na Introdução desta tese. O isolamento social fez despertar e crescer os índices de consumo e a procura de inserção em comunidades on-line, traduzindo-se na abertura de perfis e de abertura de mais de uma conta nas redes sociais. Diante desses dados, apresentamos o que Callion (2021) chamou de miragem, numa relação da natureza humana e da comunidade virtual.

One-way social media accomplishes this sleight of hand is by seemingly providing people with instant community - simple computer clicks. It's as easy as that - click and you have a host of people with whom to socially interact - a community. Important to notice is the fact that this takes very little effort (a mouse click), but this also indicates something is awry. Over time, clicks from a computer mouse become a trigger for dopamine release. This triggered dopamine fixates one's attention over time to one social platform, eliminating other platforms, and ultimately narrowing one's worldview (a dark age). Social media becomes, in other words, psychologically addictive. (Callion 2021, p. 2)

O autor nos falará de uma espécie de psicologia espelhada que foi negociada com as redes sociais, no que diz respeito a um reflexo de retorno para o indivíduo sozinho, numa plataforma que satisfaz as necessidades comunitárias desse indivíduo. Sem saber desse espelhamento, muitos usuários começam a substituir a presença física em comunidades reais por comunidades de miragem on-line. Qual é o motivo? Callion (2021) sublinha a facilidade do processo, pois entra aqui ainda a *praticidade* (grifo nosso) na medida em que é mais rápido “viajar” on-line para conhecer outras pessoas, mais fácil do que realmente falar e muito mais fácil do que gerenciar as impressões quotidianas, ou comportamento comunitário pró-social. No entanto, a comunidade nas redes sociais é sociologicamente frágil, porque uma comunidade humana forte requer proximidade física, corpo a corpo, face a face, por longos períodos de tempo.

Como nos lembra Callion (2021), os usuários das redes sociais carecem de um realismo social em sua participação ingênua semelhante a um ritual na comunidade miragem, desencadeando uma série de doenças sociais e psicológicas. Como apontamos anteriormente, numa percepção de enfatizar a importância de estar inserido no domínio online para conservar a ideia de comunidade, se bem que algumas atividades fundamentais para manutenção da crença - como as idas aos terreiros - apenas possam ser vividas presencialmente, contribuindo para um fortalecimento do sentido de comunidade que requer aproximação física, olho no olho, os preceitos feitos quando se inicia a vida no santo, as oferendas, as cantorias, o suor quando se incorpora uma entidade, o conselho espiritual dado, o pisar no chão do terreiro e sentir a energia viva de um lugar que pulsa vida.

Numa reflexão em nada otimista, Callion (2021) aponta para elementos constitutivos de uma contramedida, quando menciona a eficácia do envolvimento numa comunidade local. Como o autor fala da realidade dos EUA, nessa mesma reflexão, ele aponta o individualismo americano, como valor fundamental e que é acentuado pelas redes sociais. Esses quesitos estarão mais evidentes, na geração nascida depois de 1995, e utilizou o iPhone precocemente sendo expostos, portanto, às redes sociais muito jovens (Lukiano ff e Haidt, 2018). Com base na atividade das redes sociais de uma pessoa, os algoritmos atraem apenas aquelas ideias, pessoas e itens materiais mais capazes de reter a atenção. Essas comunidades, tornam-se necessárias para a legitimação das redes sociais, argumen-

tando que a comunidade que acabou de ser abandonada fisicamente, pode ser mantida on-line, ou substituída por uma nova comunidade. O autor ainda aponta para quem pensa na facilidade de se tornar membro de uma comunidade como uma profunda ingenuidade sociológica e falta de realismo social.

Como solução, Callion (2021) incentiva limitar o tempo de uma pessoa nas redes sociais e aumentar as interações físicas com outras pessoas - literalmente, entrar numa comunidade e se esforçar.

Diante das duas religiões aqui analisadas, Candomblé e Umbanda, através de cinco páginas de *Facebook*, bem como nos cinco respectivos sites institucionais, podemos afirmar que os sistemas simbólicos são construídos, refeitos e vividos, no sentido de reforçar comunidade e resistência, por meio de cantigas, rezas, ‘habitus’ corporal do santo, oferendas, organização de festas e, em suma, a própria existência.

Quando tratamos da eficácia simbólica, procuramos mostrar que a integração dos códigos económicos fortalece a comunicação simbólica dentro do capitalismo, quando pensamos no fortalecimento e nas refeições constantes da identidade do sujeito, estando ou não, em diáspora. Poderíamos dizer, que a crença na magia propiciada pelo ritual de iniciação, a crença do babalorixá na sua prática para fazer a mudança de vida, a minha própria crença na cura e nos irmãos de santo que participaram dos ritos resultam na complexidade da eficácia simbólica em que:

A carga simbólica de tais atos torna-se próprios para constituir numa linguagem: certamente, (...), não pela palavra, mas por meio de operações concretas, verdadeiros ritos que atravessam a tela da consciência sem encontrar obstáculo, para levar a sua mensagem diretamente ao inconsciente. (Lévi-Strauss, 1975, p.231)

No Candomblé, quando o filho-de-santo entra em transe e incorpora um orixá, assumindo sua identidade representada pela dança característica que lembra as aventuras míticas dessa divindade, é o passe remoto, coletivo, que aflora no presente para se mostrar vivo, o transe ritual repetindo o passado no presente, numa representação em carne e osso da memória coletiva.

O tempo de iniciação passa a ser regulado pelo tempo do mercado de trabalho. O tempo africano do terreiro é vencido pelo tempo da sociedade capitalista. Nesta nossa sociedade do tempo irreversível, cada vez mais as imagens e referências do tempo circular vão se perdendo: relógio analógico, com seus ponteiros sempre dando a volta para retornarem ao ponto zero, são substituídos pelo relógio digital, os supermercados 24h e outros negócios essenciais ao consumo na vida quotidiana não fecham para descanso; os canais de televisão transmitem informação noite e dia; trabalha-se em qualquer período, em qualquer lugar, a internet mantém ininterrupto o acesso aos arquivos de infor-

mação dos computadores ligados na rede mundial; a eletricidade há muito acabou com a escuridão e fez da noite, dia; a engenharia dos transgênicos nos faz sonhar com uma natureza transferida a cada colheita. Se até na natureza o tempo cíclico vai perdendo importância, na vida do terreiro não é diferente.

O Candomblé deixou de ser uma religião exclusiva dos descendentes de escravos africanos – uma pequena África fora da sociedade, o terreiro como sucedâneo da perdida cidade africana, como ainda o encontrou Roger Bastide quase meio século atrás (Bastide, 1971, p. 517-518) – para se tornar uma religião para todos, disposta a dialogar eficientemente com as tecnologias e com a sociedade de consumo, disposto a competir com os outros credos no largo e aberto mercado religioso. Uma instituição dos tempos atuais num processo de mudança que reformula a tradição e elege novas referências, para o bem e para o mal. O tempo tem-se deslanchado em função da necessidade urgente de realizar alguma mudança.

Novamente, e para encerrar, não há um caminho definido para história, não há pontos fechados quando tratamos dos espaços digitais. A rapidez com que se adaptam às audiências e vice versa, leva-nos a induzir pistas do fenômeno religioso quando ocupa o ciberespaço. No meio de uma pandemia, reconhecemos a incerteza sobre os tempos que virão, mas isso não implica admitir que tudo está igualmente em aberto. Nada sendo impossível, apesar de muito ser improvável, é pertinente admitir que a crise sanitária conduzirá a um capitalismo ainda mais brutal. Como escreve Žižek:

o resultado mais provável da epidemia é que um novo capitalismo bárbaro prevalecerá: muitos idosos e fracos serão sacrificados e deixados morrer, os trabalhadores terão de aceitar um padrão de vida muito mais baixo, o controle digital das nossas vidas continuará a ser uma característica permanente, as distinções de classe tornar-se-ão (muito mais do que agora) uma questão de vida ou de morte... Žižek (2020: 13).

O autor aponta (2020, p. 46-47) que neste atual contexto da pandemia houve o retorno triunfante do animismo capitalista, que significa “tratar fenômenos sociais, como mercados ou capital financeiro, como se fossem organismos vivos”. E acrescenta: “se você ler a grande mídia, a impressão que você tem é que são os ‘mercados ficando nervosos’ que deveriam nos preocupar, e não os milhares de pessoas que morreram e os milhares que ainda não morreram”. Na mesma direção do animismo capitalista que Žižek (2020) observa, Santos (2020) discute o quanto a política se afastou das funções que deveria exercer, colocando-a como mediadora das “necessidades e aspirações dos mercados, esse megacidadão informe e monstruoso que nunca ninguém viu, tocou ou cheirou, um cidadão estranho que só tem direitos e nenhum dever” (SANTOS, 2020, p. 10). Dessa forma, num contexto de pandemia, pode-se constatar com clareza uma preocupação com esse megacidadão chamado mercado financeiro, em detrimento de segmentos sociais mais vulneráveis.

Estando a religião, como uma das ferramentas utilizadas, em grande escala, nessa pandemia, com o auxílio das redes sociais, dos media, para propagar doses de alívio e de conforto, sobre um amanhã incerto. Fortalecendo a busca por influências distintas no campo religioso, desde as religiões de matrizes afro-brasileiras, ao budismo, ao catolicismo, ao xamanismo, no caminho do “*believing without belonging*”. O sujeito para sentir-se mais “abraçado, com dúvidas respondidas, pode e é legítimo que o faça, ao escolher inúmeras fontes de alimentação. Sendo mais uma prática, ligada estritamente com a ideia do sujeito autónomo, ideia pura do mercado, das artimanhas do lucro. Caminho que nos leva a Teoria dos Usos e Gratificações em que o papel central continua a ser desempenhado pelos media, mas com um deslocamento do eixo gravitacional para a emancipação da audiência, o que recai nas ideias mercadológicas, como alicerce da economia. Nesse cenário, compreendemos o consumo, a tecnologia e as audiências; como produto do contexto social, ao constituírem-se como processo em evolução onde a tecnologia e usuário são polos que se interconectam.

As redes sociais criam possibilidades outras de engajamento, envolvendo a comunicação e as práticas religiosas fora do campo de controle dos terreiros. O resultado não é uma nova religião, mas uma condição social relacionada com as demandas de um tempo e de uma, ou várias práticas religiosas. Em um tempo que a ciência, bem como a religião passará a ser cada vez mais mediatizada, sendo possível falar dos media como um “lócus de compreensão do meio social”.

Outro ponto, tão importante quanto os que debatemos até aqui, é a contribuição efetiva que esta tese tenta dar ao combate da intolerância religiosa. As religiões trazidas para esta tese, tanto o Candomblé quanto a Umbanda, trabalham na vertente do conhecimento, da propagação dos afetos, da busca pela solução dos problemas corriqueiros que afetam a vida de qualquer pessoa, sejam financeiros, sejam amorosos, sejam de saúde, ou ainda, espiritual. Tem o amor, a caridade e a obra, como pilares de sustentação na propagação da palavra. O que mais esperamos com esta pesquisa pioneira, em Portugal é que as pessoas, num exercício de leitura, busque compreender um pouco mais o universo religioso, antes de apontar o dedo, de julgar, sem conhecimento. E a partir do interesse pelo saber as barreiras da intolerância começarão a ser diluídas.

Para momentaneamente, encerrarmos as nossas discussões, trazemos abaixo uma possibilidade de futuro das ideias tecnológicas que definem, os próximos passos do sistema. Quando, em abril de 2021, foi formado, por 1.500 *drones* no céu de Xangai, um gigante código QR, para celebrar um lançamento chinês de um *videogame* e facilitar o *download* dos que assistiam a festa. Para baixar o link do site do jogo, bastava virar o aparelho em direção ao céu, onde estava o “gigantesco código de barras”. O show foi apresentado pela plataforma chinesa de *streaming* de vídeo Bilibili. Tentando predizer algo, é de um futuro não distante para o cenário religioso.

Figura 106 - QR code no céu de Shanghai, China, em abril 2021



Imagem da comunidade do Facebook: *O Ano é*, em 22 de abril de 2021.

6. REFERÊNCIAS

- Aguirre Beltrán, G. 1989 [1946]. *La Población Negra de México: Estudio Etnohistórico* Cidade do México: Fondo de Cultura Económica.
- Adamson, F. (2012). *Constructing the diaspora*: Diaspora identity politics and transnational social movements. In: Madaville PG and Lyons T (eds.) *Politics from Afar: Transnational Diasporas and Networks*. New York: Columbia University Press.
- Aksoy, A. & Robins, K. (2003). *Banal Transnationalism*. The difference that television make. Working Paper for the ERSC Transnational Communities Programme at Oxford University, WPTC-02-08. Acedido em 10 de março de 2021 em: http://www.transcomm.ox.ac.uk/working_papers/WPTC-02-08_Robins.pdf
- Alasuutari, P. (Ed.) (1999). *Rethinking the media audience*. London: Sage.
- Altheide, D. L., & Snow, R. P. (1979). *Media Logic*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Anderson, B. (1991 [1983]). *Imagined Communities*: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism. London/New York: Verso.
- Anderson, D. M., & Cornfield, M. (Eds.) (2003). *The civic web: Online politics and democratic values*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Ang, I. 1996 *Living Room Wars: Rethinking Media Audiences for a Postmodern World*. London: Routledge.
- _____. (1991). *Desperately seeking the audience*. Londres: Routledge.
- Appadurai, A. (2003). “*Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy*”, in Braziel, Jane e Mannur, Anita (orgs.), *Theorizing Diaspora: a Reader*, Oxford: Blackwell Publishing Ltd.
- _____. (1996). *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization* Minneapolis: University of Minnesota Press.
- ASP, K. (1986). *Måktiga massmedier: Studier i politisk opinionsbildning* [Powerful mass media: studies in political opinion-formation]. Stockholm: Akademilitteratur.
- Avritzer, L., & Costa, S. (2004). *Teoria Crítica, Democracia e Esfera Pública: Concepções e Usos na América Latina*. Revista de Ciências Sociais. Rio de Janeiro, Vol. 47, nº. 4.
- Baubock, R. & Faist, T. (2010). *Diaspora and Transnationalism: Concepts, Theories and Methods*. Amsterdam University Press 2010.
- Baudrillard, J. (2011). *Tela Total: mito-ironias do virtual e da imagem*. Porto Alegre: Sulina.
- _____. (1995). *A sociedade de consumo*. Tradução de Artur Mourão. Rio de Janeiro: Elfos.
- BAUMAN, Z. (2008b). *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- _____. (2008a). *A sociedade individualizada: vidas contadas e histórias vividas*. Tradução: José Gradel. Rio de Janeiro: Zahar.
- _____. (2005). *Liquid Life*. Cambridge: Polity Press.
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2005). *Mass Communication Theory*. Foundations, Ferment and Future. Belmont: Thompson.
- Bakardijeva, M. (2005). *Internet society: The Internet in everyday life*. London: Sage.
- Baker, C. E. (2002). *Media, markets, and democracy*. New York: Cambridge University Press.

- Barwise, P., & Ehrenberg, A. (1988). **Television and its audience**. Londres: Sage.
- Bastide, R. (1978 [1958]). **O Candomblé da Bahia**, São Paulo, Ed. Nacional.
 _____.(1971). **As religiões Africanas no Brasil**. São Paulo: Pioneira.
- Bennett, W. L. (2003b). Lifestyle politics and citizen-consumers: Identity, communication and political action in late modern society. In J. Corner & D. Pels (Eds.), *Media and political style: Essays on representation and civic culture* (pp. 137–150). London: Sage.
- Bennett, W. L. (2003a). New media power: The Internet and global activism. In N. Couldry & J. Currans (Eds.), *Contesting media power* (pp. 17–37). Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Bento XVI. (2009). **Novas tecnologias, novas relações**. Promover uma cultura de respeito, de diálogo, de amizade. Mensagem para o 43º Dia Mundial das Comunicações Sociais. Vatican.va, Vaticano, 24 jan. 2009. Acedido em 10 de maio de 2021 em: <http://goo.gl/OhZUKa>.
 _____.(2011) **Verdade, anúncio e autenticidade de vida, na era digital**. Mensagem para o 45º Dia Mundial das Comunicações Sociais. Vatican.va, 24 jan. 2011. Acedido em 10 de maio de 2021 em: <http://goo.gl/cynrqM>.
- Berger, Peter. (1971). **O Dossel sagrado**: elementos para uma teoria sociológica da religião. Buenos Aires: Amarratu Editores.
- Berman, J., & Mulligan, D. K. (2003). Issue advocacy in the age of the Internet. In D. M. Anderson & M. Cornfield (Eds.), *The civic web: Online politics and democratic values* (pp. 77–83). Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Bird, E. S. (2003). **The Audience in Everyday Life**: Living in a Media World, Nova Iorque, Routledge.
- Bíblia Sagrada** (1990). Edição revista e atualizada. Brasília: Sociedade Bíblica do Brasil: Paulus.
- Blumler, J. G. (1979). **The Role of Theory in Uses and Gratifications Studies**. Communication Research. Disponível em: <http://crx.sagepub.com/cgi/content/abstract/6/1/9>. Acesso em: 28 out.2020
- Blumler, J. G., & Katz, E. (1974). **The Uses of Mass Communications**: Current Perspectives on Gratifications Research. Nova York: Sage. (Vol. III).
 _____; Elihu, K. (1974). **The uses of mass communications**. In: *Current perspectives on gratifications research*. Beverly Hills: Sage Publications Chapter.
- Boff, L. (1986). **E a Igreja se fez povo**. Ecclesiosegênese: a Igreja que nasce da fé do povo. Petrópolis: Vozes.
- Bourdieu, P. (2007). **A identidade e a representação**: elementos para uma reflexão crítica sobre a idéia de região. In: _____ . *O poder simbólico*. 10.ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Braga, J. L. (2012). **Interação como contexto da comunicação**. MATRIZES , São Paulo, ano 6, n° 1, jul/dez. de 2012, p. 25-41.
 _____.(2010). **Comunicação é aquilo que transforma linguagens**. Alceu, Rio de Janeiro, v.10, n. 20, jan-jun.
 _____.(2006). **A sociedade enfrenta sua mídia**: dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus.
- Brah, A. (1996). **Cartographies of Diaspora**, Contesting Identities, Londres, Routledge.
- Brandon, G. (1993). **Santeria from Africa to the New World: The Dead Sell Memories** Bloomington: Indiana University Press.
- Brinkerhoff, J. (2011). **David and goliath**: Diaspora organizations as partners in the development industry. *Public Administration and Development*, 31, 37–49
- Brittos, V. C., & Reckziegel, M. (2011). **O poder de comunicação das redes sociais**. *Observatório da Imprensa*. Ano 15, n. 672. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/e-noticias/ed672o-poder-decomunicacao-das-redes-sociais/>. Acesso em: 2 abr. 2021.

- Bronsztein, K. P. (2014). **Nação dos 318**: a religião do consumo na Igreja Universal do Reino de Deus. PPGCOM – ESPM, Comunicação mídia e consumo, São Paulo, v.11, n.30, p.125-142, jan./abr. 2014.
- Bronsztein, K. P., Freire, A. (2013). **O Ciber-fiel e a Ciber-igreja: uma análise a partir da fanpage do Bispo Edir Macedo**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM, 35., 2013. Manaus. Anais... Manaus.
- Brown, D. (1985). **Uma história da umbanda no Rio**. Umbanda e política. Rio de Janeiro: Marco Zero.
- Brubaker, R. (2005) 'The "diaspora" diaspora', *Ethnic and Racial Studies* 28(1), pp. 1-/19.
- Bruno, F. (2012). **Rastros digitais**: o que eles se tornam quando vistos sob a perspectiva da teoria ator-rede? In: Anais do Encontro da Compós, 21, Juiz de Fora, 2012. Disponível em: <<http://goo.gl/ojkmu3>>.
- Cabrera, L. (1983 [1954]). **El Monte Miami**: Colección del Chicherekú.
- Campos, L. (1997). **Teatro, templo e mercado**: organização e marketing de um empreendimento neopentecostal. São Paulo: Vozes.
- Campbell, C. (1987). **The romantic ethic and the spirit of modern consumerism**. Oxford: Basil Blackwell.
- _____. (2001). **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Tradução: Mauro Gama. Rio de Janeiro: Rocco.
- Capra, F. (2006). **A teia da vida**: uma nova compreensão dos sistemas vivos. São Paulo: Ed. Cultrix.
- Cardon, D. (2010). **La démocratie Internet**: promesses et limites. Paris: Seuil.
- Carey, J. W. (1988). 'Editor's Introduction: Taking Culture Seriously.' Pp. 8–18 in *Media, Myths, and Narratives: Television and the Press*, edited by James W. Carey. Newbury Park: Sage.
- Castells, M. (2009). **Communication Power**. New York: Oxford University Press.
- _____. (1996b) **The net and the self**: working notes for a critical theory of the informational society. *Critique of Anthropology* 16(1): 9-38.
- _____. (1996a) **The Rise of the Network Society**. Cambridge, MA: Blackwell.
- Castoriadis, C. (1987[1975]). **The Imaginary Institution of Society**. Cambridge: Polity Press.
- Chaffee, S. H., & Metzger, M. J. (2001). **The end of Mass Communication?** *Mass Communication and Society*, v. 4, pp. 365-379.
- Chen, G. M. (2011). **Tweet this**: A uses and gratifications perspectives on how active Twitter use gratifies a need to connect with others. *Computers in Human Behavior*, 27 (2), 755-762.
- Chen, K. (1996). "A Formação de um Intelectual Diáspórico. Uma Entrevista com Stuart Hall, de Kuan-Hsing Chen" [Morley, D. & Chen, K.-H. (Org.). *Stuart Hall: Dialogues in Cultural Studies*, London: Routledge], in Liv Sovik, L. (Org.). (2003). *Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais*. Belo Horizonte: UFMG/UNESCO.
- Chomsky, N. (2002). **O lucro ou as Pessoas?** Editora Bertrand.
- Clifford, J. (1994). "Diasporas", *Cultural Anthropology*, 9 (3), 1994, 302-338. *Journal of the Society for Cultural Anthropology*, Washington, v. 9, n. 3, p. 302-338.
- Cohen, R. (1997). **Global Diasporas**. An Introduction, Londres: UCL Press Limited.
- Comissão Europeia (2020) 'Shaping Europe's Digital Future', https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/communication-shaping-europes-digital-future-feb2020_en_4.pdf
- Cooper, R. & Tang, T. 2009. **Predicting audience exposure to television in today's media environment**: an empirical integration of active-audience and structural theories. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 53 (3), 400-418
- Cottle, S. (2006). **Mediatized Conflict**. Maidenhead: Open University Press.

- Costa, S. (2006). **Desprovincializando a sociologia**: contribuição pós-colonial. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, v.21 n 60, fev.
- Costa Lima, V. (1976). "O Conceito de 'Nação' nos Candomblés da Bahia". *Afro-Asia*, 12:65-90.
- Couldry, N. (2012). **Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice**. Malden: Polity Press.
- _____. (2010). **A mídia tem futuro?**. *MATRIZES*, São Paulo, ano 4, n1, jul./dez, p. 51-64. Disponível em: <<http://goo.gl/0NPKaq>>.
- Courtois, C.; Schröder, K. C. & Kobbernagel, C. (2015). **Exploring landscapes of news consumption cross-national-ly**. The use of Q methodology to fuse quantitative and qualitative approaches for increased explanatory power in comparative research. In F. Zeller, C. Ponte & B. O'Neill (eds.), *Revitalising audience research. Innovations in European audience research* (pp. 123-142). New York and London: Routledge
- Couto, M. (2016). **A Espada e a Azagaia**. Editorial Caminho.
- Curtin, P. (1969). **The Atlantic Slave Trade: a Census**. Madison, Wisconsin: University of Wisconsin.
- Dahlgren, P. (2000a). **The Internet and the democratization of civic culture**. *Political Communication*, 17, 335–340.
- Dahlgren, P. (2000b). **Media, citizens and civic culture**. In M. Gurevitch & J. Curran (Eds.), *Mass media and society* (3rd ed., pp. 310–328). London: Edward Arnold.
- Dahlgren, P. (2003). **Reconfiguring civic culture in the new media milieu**. In J. Corner & D. Pels (Eds.), *Media and political style: Essays on representation and civic culture* (pp. 151–170). London: Sage.
- Dahlgren, P. (2005). **The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation**, *Political Communication*, 22:2, 147-162, DOI: 10.1080/10584600590933160. <https://doi.org/10.1080/10584600590933160>. Acedido em: fevereiro de 2021.
- Damáσιο, M. (2005). **Estratégias de uso e costume dos novos media**: audiências fragmentadas e novas audiências. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/237658329_Estrategias_de_uso_e_consumo_dos_novos_media_audiencias_fragmentadas_e_novas_audiencias Livros de Atas do 4º SOPCOM. Acesso em: set. de 2020.
- Damáσιο, M. J. (2009). **Atividade e comunicação: o sujeito perante os media**. In: CARDOSO, G. & CÁDIMA, F. R. C., LUÍS LANDERSET (eds.). *Media, redes e comunicação. Futuros presentes*. Lisboa: Quimera Editores, Lda., 111-131.
- Davie, G. (1990). **Believing Without Belonging: Is This the Future of Religion in Britain?** *Social Compass* 37(4): 455–469.
- Deuze, M. (2014). **Media life and the mediatization of the lifeworld**. In A. Hepp & F. Krotz (eds.), *Mediatized worlds: culture and society in a media age* (pp. 207-220). Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Díaz Noci, J. **La escritura ciberperiodística: los géneros**. In: http://www.facom.ufba.br/jol/atividades_cursos_diaznoci.htm _____. Algunos conceptos teóricos sobre la comunicación digital. I
- Drescher, E. (2011). **Tweet If You Heart Jesus: Practicing Church in the Digital Reformation**, Morehouse Publishing.
- Durkheim, E. (1995[1912]). **The Elementary Forms of Religious Life**. Tradução: Karen Fields. The Free Press.
- Edelmann, N. **Reviewing the Definitions of “Lurkers” and Some Implications for Online Research**. (2013). *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, New Rochelle, vol.16, n. 9, p. 645-649. <<http://goo.gl/8OeW36>>. Acedido em janeiro de 2021.
- Elliott, R. J., Krumhansl, J. A., & Leath, P. L. (1974). **The theory and properties of randomly disordered crystals and related physical systems**. *Reviews of Modern Physics*, 46(3), 465–543. <https://doi.org/10.1103/RevModPhys.46.465>
- Evans, L. (2010). **Authenticity Online: using webnography to address phenomenological concerns**. In: MOUSOUTZANIS, A.; RIHA, D. (orgs.). *New Media and the Politics of Online Communities*. Oxford: Inter-Disciplinary Press.
- Eysenbach, G. (2008b). **Medicine 2.0: Social networking, collaboration, participation, apomediation, and openness**. *Journal of Medical Internet Research*, v. 10, n. 3, p. 1–11.

- _____. (2008a). **Credibility of Health Information and Digital Media: New Perspectives and Implications for Youth**. Digital Media, Youth, and Credibility. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Ewen, S. (1976). **Captains of consciousness: advertising and the social roots of the consumer culture**. McGraw-Hill.
- Fausto Neto, A. (2008). Mudanças na medusa? A enunciação midiaticizada e sua incompletude. In: FAUSTO NETO, A. et al (orgs.). **Midiaticização e processos sociais na América Latina**. São Paulo: Paulus, p. 119-144.
- _____. (2005). Midiaticização, Prática social. - Prática de sentido. In: Anais do Seminário sobre Midiaticização, São Leopoldo.
- _____. (2004). A igreja doméstica: estratégias televisivas na construção de novas religiosidades. **CADERNOS IHU. Instituto Humanitas**, São Leopoldo, ano 2.
- Ferreira, R., & Espanha, R. (2019). Exposição seletiva: consumo das novas mídias e mídias tradicionais. *Brazilian Journal of Technology, Communication, and Cognitive Science* Volume nº 7, Numero 1 - jun 2019.
- Featherstone, M. (1995). **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel.
- Ferguson, D. A. & Perse, E. M. (2000). **The World Wide Web as a functional alternative to television**. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44 (2), 155-174.
- Ferguson, G. (1976). **Signs & Symbols in Christian Art**. Oxford: Oxford University Press. p. 152.
- Ferreira, J. (2010). **O método como valor de troca nas ciências sociais**. In: FERREIRA, J., SIGNATES, L.; PIMENTA, F.J.P. *Estudos de comunicação: transversalidades epistemológicas*. São Leopoldo: Unisinos, p.39-56.
- Fragoso, S., Recuero, R., Amaral, A., (2011). **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina.
- Freyre, G. (1986 [1933]). *The Masters and the Slaves (Casa-Grande e Senzala)* Berkeley: University of California Press.
- Fonseca, D. (2003). **Filhas do desejo de Eva, herdeiras da sorte de Obá**. ANPUH – XXII SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA – João Pessoa.
- Galston, W. A. (2003). If political fragmentation is the problem, is the Internet the solution? In D. M. Anderson & M. Cornfield (Eds.), *The civic web: Online politics and democratic values* (pp. 35–44). Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Gaonkar, DP. (2002) **Toward new imaginaries: An introduction**. *Public Culture* 14(1): 1–19.
- Georgiou, M. (2006). **Diaspora, Identity and the Media: Diasporic Transnationalism and Mediated Spatialities**. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- _____. (2002). ‘Les diasporas en ligne, une expérience concrète de transnationalisme’, *Hommes et Migrations*, 1240, 10-18, available at: www.homes-et-migrations.fr/docannexe/file/1240/1240_03.pdf.
- Geertz, C. (1973). **The interpretation of cultures: selected essays** New York: Basic Books, 476 p
- Giddens, A. (1991). **Modernity and self-identity**. Oxford: Polity.
- Gilroy, P. (2007). **Entre campos: nações, cultura e o fascínio da raça**. São Paulo: Annablume.
- _____. (2001). **O Atlântico Negro**. Modernidade e dupla consciência, São Paulo, Rio de Janeiro, 34/Universidade Cândido Mendes – Centro de Estudos Afro-Asiáticos.
- _____. (1993). **The Black Atlantic: Modernity and Double Consciousness**, Cambridge: Harvard University Press
- Giumbelli, E. (2002). **Zélio de Moraes e as origens da umbanda no Rio de Janeiro**. In: SILVA, Vagner Gonçalves da (Org.). *Caminhos da alma: memória afro-brasileira*. São Paulo: Summus.
- Godlewski, L. R. & Perse, E. M. (2010). **Audience activity and reality television: identification, online activity, and satisfaction**. *Communication Quarterly*, 58 (2), 148- 169.
- Gomes, P. G. (2015). **Midiaticização: um conceito**, múltiplas vozes. In: FAUSTO NETO, A. et.al. (orgs). *Relatos de investigaciones sobre mediaticizaciones*. Rosario: UNR Editora, p. 33-54.

_____. (2013). **Como o processo de midiaticização** (um novo modo de ser no mundo) afeta as relações sociais? In: BRAGA, J. L. et al. (orgs). *Dez perguntas para a produção de conhecimento em comunicação*. São Leopoldo, 2013, p. 127 - 139.

_____. (2010). **Da Igreja Eletrônica à Sociedade em Midiaticização**. São Paulo: Paulinas.

Ghorashi, H. (2004). 'How Dual is Transnational Identity? A Debate on Duality of Transnational Immigrant Organizations', *Culture & Organization* 10(4): 329–40.

Greenberg, B. S.(1974).**Gratifications of television** viewing and their correlates for British children. In: BLUMLER, J. Greenberg, B. S., & Dominick, J. R. (1969). **Racial and social class differences in teen-agers' use of television**. *Journal of Broadcasting*. <https://doi.org/10.1080/08838156909386313>

Greschke, H. M. D. in www.cibervalle.com. **Ethnographie einer globalen Lebenswelt**. MS Dissertationsschrift (Eingereicht) - Fakultät für Soziologie, Universität Bielefeld, 2007.

Griffin, E., Cossio, M. L. T., Giesen, L. F., Araya, G., Pérez-Cotapos, M. L. S., VERGARA, R. L., et.al., (2012). *A First Look On Communication Theory*, 8th Edition. In *Uma ética para quantos?* <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>

Grimes, R. L. (2006). **Rite Out of Place: Ritual, Media, and the Arts**. Oxford and New York: Oxford University Press.

Habermas, J. (1984, 1987). *Theory of communicative action* (2 vols.). Cambridge: Polity Press.

Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere*. Boston: MIT Press.

Hall, S. (2006). **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução: Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro - 11. ed. - Rio de Janeiro: DP&A.

_____. (2003). "**Cultural Identity and Diaspora**", in Braziel, Jane e Mannur, Anita (orgs.). *Theorizing Diaspora: a Reader*, Oxford, Blackwell Publishing Ltd.

_____. (1997). "**The Local and the Global: Globalization and Ethnicity**", in McClintock, Anne, Mufti, Aamir and Shohat, Ella (orgs.). *Dangerous Liaisons. Gender, Nation and Postcolonial Perspectives*, Minneapolis: University of Minnesota Press.

Hannerz, U. (1996). **Transnational Connections**. Culture, People, Places, Nova Iorque: Routledge.

_____. (1992). **Cultural Complexity: Studies in the social organization of meaning**, Nova Iorque: Columbia University Press.

Harvey, D. (2020). **Política anticapitalista em tempos de Covid-19**. In: DAVIS, M., et al: *Coronavírus e a luta de classes*. Terra sem Amos: Brasil.

Helg, A. (1990). "**Race in Argentina and Cuba, 1880-1930: Theory, Policies, and Popular Reaction**". In: R. Graham (org.), *The Idea of Race in Latin America, 1870-1940* Austin: University of Texas Press. pp. 35-69.

Herskovits, M. (1958). **The Myth of the Negro Past**, Beacon Press, Beacon Hill, Boston, pp. 1-32.

Hernes, G. (1978). *Det mediavridde samfunn [The media-twisted society]*. In: HERNES, Gudmund.(ed.). *Forhandlingsekonomi og blandningsadministrasjon*. Bergen: Universitetsforlaget.

Hervieu-Léger, D. (2005). **O peregrino e o convertido: a religião em movimento**. Tradução: João Batista Kreuch. Petrópolis: Vozes.

_____. (1993). **La religion pour memoire**. Paris: Cerf.

Herz, J. C. (1995). *Surfing on the Internet: a Net-Head's Adventures On-Line*. London: Abacus.

Herzog. (1940). **Professor quiz: A gratification study**. In Lazarsfeld & F. N. Stanton (Ed.), *Radio and the printed page* (Duell, Slo, pp. 64–93).

Hine, C. (2000). **Virtual Ethnography**. Londres: Sage Publications.

_____.(2008). *Virtual Ethnography: Modes,Varieties,Affordances*. In N. Fielding, *The SAGE Handbook of Online Research Methods* (1st ed.).

Hjarvard, S., & Lövheim, M. (2012) (eds.) *Mediatization and Religion: Nordic Perspectives*. Gothenburg: Nordicom. Forthcoming.

- Hjarvard, S. (2012). *The Mediatization of Culture and Society*. London: Routledge.
- _____. (2008) **The Mediatization of Religion**. Northern Lights 2008. Bristol: Intellect Press.
- _____. (2004) 'From Bricks to Bytes: The Mediatization of a Global Toy Industry', in I. Bondebjerg & P. Golding (eds.) *European Culture and the Media*. Bristol: Intellect.
- Hughes-Freeland, F. (ed.) (1998). **Ritual, Performance, Media**. London: Routledge.
- Hoffman, D. L. & Novak, T. P. [1996] 2000. **Marketing in hypermedia computermediated environments: conceptual foundations**. *Journal of Marketing*, 60, 50-68.
- Hossain, M., Kim, M., & Jahan, N. (2019). **Can “liking” behavior lead to usage intention on Facebook?** Uses and gratification theory perspective. *Sustainability*, 11(4), 1166. doi: 10.3390/su11041166
- Hobsbawm, E., & Ranger, T. (eds.). (1992 [1983]). *The Invention of Tradition* New York/Oakleigh, Australia: Cambridge University Press/ Canto.
- Ibrus, I. **Una alternativa: la evolución de los medios abordada desde la semótica de la cultura**. In: SCOLARI, C.A (org). *Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones*. Barcelona: Gedisa, 2015, p.221-246.
- Jhally, S. (1995). **Os Códigos da Publicidade – O feiticismo e a Economia Política do Significado da Sociedade de Consumo**. Tradução: Ângela Maria Moreira. 1 edição. Edições Asa. Portugal.
- Jenkins, H. (2006). **Convergence Culture**. Where old and new media collide. New York University Press.
- Jenkins, H., & Thornburn, D. (Eds.) (2003). *Democracy and new media*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Jensen, K. B. (2002a). **Media reception: qualitative traditions**. In K. B. Jensen (Ed.), *Handbook of media and communication research: qualitative and quantitative methodologies* (pp. 156-170). Londres: Routledge.
- _____. (2002b). **Media effects: quantitative traditions**. In K. B. Jensen (Ed.), *Handbook of media and communication research: qualitative and quantitative methodologies* (pp. 138-155). Londres: Routledge.
- Jere, M. G., & Davis, S. V. (2011). **An application of uses and gratifications theory to compare consumer motivations for magazine and Internet usage among South African women’s magazine readers**. In *Southern African Business Review* (Vol. 15).
- Kardec, A. **O Evangelho Segundo o Espiritismo**. Tradução: Guillon Ribeiro. Brasília: Federação Espírita Brasileira (FEB), 2013.
- Karimi, L., Khodabandelou, R., Ehsani, M., & Ahmad, M. (2014). **Applying the Uses and Gratifications Theory to Compare Higher Education Students’** in, Malaysia, United Kingdom, and South Africa. *Contemporary Educational Technology*.
- Kassab, D., & Yuan, X. (2012). **Understanding the information needs and search behaviour of mobile users**. *Information Research*. Nova York: University at Albany & Stat University of New York.
- K. Ross & V. Nightingale. (2003). **Media and Audiences: New perspectives**, Maidenhead: Open University Press.
- Kasakowskij, R., Friedrich, N., Fietkiewicz, K. J., & Stock, W. G. (2018). **Anonymous and non-anonymous user behavior on social media: A case study of Jodel and Instagram**. *Journal of Information Science Theory and Practice*, 6(3), 25–36. <https://doi.org/10.1633/JISTaP.2018.6.3.3>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). **Uses and gratifications research**. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523.
- Katz, E., Haas, H. & Gurevitch, M. (1973). **On the use of the mass media for important things**. *American Sociological Review*, 38, 164-181.
- Kearney, M. (1995). **“The Local and the Global: The Anthropology of Globalization and Transnationalism”**, *Annual Review of Anthropology*, 24, pp. 547-565.
- Kerckhove, D. D. (1997). **A pele da cultura**, Lisboa: Relógio d'Água.

- Kertzer, D. (1988), **Rituals, Politics and Power**, Yale University Press, New Haven.
- Kim, J. & Rubin, A. M. (1997). **The variable influence of audience activity on media effects**. *Communication Research*, 24.
- Kobbernagel, C. & Schröder, K. C. (2016). From everyday communicative figuration to rigorous audience news repertoires. A mixed method approach to cross-media news consumption. *MedieKultur*, 60: 6-31. <http://dx.doi.org/10.7146/mediekultur.v32i60.21302>
- Kohn, M. (2000). Language, power, and persuasion: Towards a critique of deliberative democracy. *Constellations*, 7, 408–429.
- Kozinets, R. **I Want to believe: a netnography of the 'X-Philes' subculture of consumption** RV Kozinets. In: NA *Advances in Consumer Research*, *Advances in consumer research*, 1997. V. 24, eds. Merrie Brucks and Deborah J. MacInns, Provo, UT: Association For Consumer Research, pages: 470 – 475.
- _____. **Netnography: doing ethnographic research online**. London: Sage, 2010.
- Ko, H., C. C.-H., & Roberts, M. S. (2013). **Internet uses and gratifications**: A structural equation model of interactive advertising. *Journal of Advertising*, 34(2), 57-70. doi: 10.1080/00913367.2005.10639191
- Krotz, F. (2007). *Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation*. Wiesbaden: VS Verlag für Socialwissenschaften.
- Lages, S. R. C. **Os terreiros de umbanda e a saúde da população negra**. In: PEREIRA, Edimilson de Almeida; DAI-BERT- JÚNIOR, Robert. *Depois, o Atlântico – modos de pensar, crer e narrar na diáspora africana*. Juiz de Fora: Editora UFJF, 2010.
- Lal, B., Reeves, P., & Rai., R. (2006). *The Encyclopedia of the Indian Diaspora*. Honolulu: University of Hawai'i Press.
- Lasswell, H. D. (1948). **Structure et fonction de la communication dans la société**. In: BALLE, F. & PADIOLEAU, J. G. (eds.). *Sociologie de l'information*. Paris: Librairie La Rousse, 31-41.
- Latour, B. (2005). **Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory**. Oxford: Oxford University Press.
- Leão, I. V. P. D. (2000). **Dicionário de Ciências da Comunicação**. Porto: Porto Editora.
- Lee, H. & Yang, J. (2014). **Political knowledge gaps among news consumers** with different news media repertoires across multiple platforms. *International Journal of Communication*, 8: 597-617.
- Lemos, A. (1996). The labyrinth of Minitel. In R. Shields (ed.) *Cultures of Internet: Virtual Spaces, Real Histories, Living Bodies*. London: Sage. pp. 33±48.
- Levine, P. (2003). Online campaigning and the public interest. In D. M. Anderson & M. Cornfield (Eds.), *The civic web: Online politics and democratic values* (pp. 47–62). Lanham, MD: Rowman & Littlefield
- Lévi-Strauss, C. (1962/1975). **O Totemismo hoje**. Ed. Vozes.
- Levy, M., & Windhal, S. (1985). **El concepto de Actividade de la Audiencia**. In ROSENGREN E.K. ET tal. *Media Gratification Research*. Traducción Susana Arias Pérez / Depto Ciências de La Comunicación Social UNR. Beverly Hills / Londres: Sage. p. 109-122. Disponível em: anuario@fcpoli.unr.edu.ar.
- Lévy, P. (1999). **Cibercultura**, Lisboa: Instituto Piaget.
- Ligiério, Z., Dandara. (1998). *Umbanda: paz, liberdade e cura*. Rio de Janeiro: Record: Nova Era.
- Lima, A. M. S. A. (2015). **Uma avalanche de consumo?** A atuação da *Bola de Neve Church* nos espaços online. Dissertação apresentada ao Departamento de Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco, para obtenção do grau de mestre, orientada por Karla Patriota Bronzstein. <https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/14105/1/DISSER-TA%20c3%87%20c3%83O%20-%20ANNA%20SALUSTIANO.pdf> Acedido em: novembro de 2020.

- Lin, C. A. (1993). **Modeling the gratification-seeking process of television viewing**. *Human Communication Research*, 20 (2), 224-244. Media, usos e gratificações nas famílias numerosas católicas portuguesas Adriana José de Oliveira 406 LIN, C. A. 1999. Online-Service Adoption likelihood. *Journal of Advertising Research*
- Lipovetsky, G. (2015). **A Sociedade da Deceção**. Tradução, Luís Felipe Sarmento. Edições 70, Lda.
- _____. (2007). **A felicidade paradoxal: ensaio sobre uma sociedade de hiperconsumo**. São Paulo: Companhia das Letras.
- Lipovetsky, G & Serroy, J. (2015). **A Estetização do Mundo**. Viver na Era do Capitalismo Artista. Tradução: Eduardo Brandão. Companhia das Letras.
- Lievrouw, L., & Livingstone, S. (2002). **“The social shaping and consequences of ICT’s”** in *Handbook of New Media*, L. Lievrouw e S. Livingstone (eds.), Londres: Sage Publications, pp. 1-16.
- Livingstone, S. (2015). **Ethnography for the Internet**. Embedded, Embodied and Everyday. Bloomsbury Academic.
- _____. (2005). **The challenge of changing audiences: or, what is the audience researcher to do in the age of the internet?** *European Journal of Communication*, 19(1), 75-86. <https://doi.org/10.1177/0267323104040695>
- Livingstone, Sonia (ed), *Audiences and Publics: When Cultural Engagement Matters for the Public Sphere Changing Media*, Londres, Intellect Books.
- _____. (2003). **The changing nature of audiences: from the mass audience to the interactive media user** [Online], London, LSE: Research Online. Disponível: <http://eprints.lse.ac.uk/archive/00000417> [Consultado: agosto de 2021].
- Logan, R. K. 2012 *Que é informação?: a propagação da organização na biosfera, na simbologosfera, na tecnosfera e na econosfera*. Rio de Janeiro: Contraponto; PUC-Rio.
- Lometti, G. E., Reeves, B., & Bybee, C. R. (1977). **Investigating the Assumptions of Uses and Gratifications Research**. *Communication Research*. <https://doi.org/10.1177/009365027700400305>
- Lody, R. (1987). **Candomblé : religião e resistência cultural**. São Paulo, Ática.
- Lometti, G. E., Reeves, B., & Bybee, C. R. (1977). **Investigating the Assumptions of Uses and Gratifications Research**. *Communication Research*. <https://doi.org/10.1177/009365027700400305>
- Lövheim, M., & Lynch, G. (2011). *The Mediatisation of Religion Debate: An Introduction*. *Culture and Religion* 12:2, 111-117. 2011.
- Lundby, K. (2009). *Media Logic: Looking for Social Interaction*. In LUNDBY, Knut. (ed.). *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*. New York: Peter Lang.
- Lukianoff, G., & Haidt, J. (2018). **The Coddling of the American Mind: How Good Intentions and Bad Ideas are Setting up a Generation for Failure**. New York: Penguin Press.
- Macgaffey, W. (1991). **Art and Healing of the Bakongo, commented by themselves : Minkisi from the Laman collection (Monograph series)**. EUA: Indiana University Press.
- Malinowski, B. (1976). **Argonautas do Pacífico Ocidental**. São Paulo: Abril Cultural.
- Mallia, K.e. (2009). **Rare birds: Why so few women become ad agency creative directors**. *Advertising & Society Review*, 10, no. 3. Retrieved from: <http://bit.ly/1xGr4Du>(accessed 6 nov. 2019)
- Manovich, L. (2001). **The language of new media**, England: The MIT Press.
- Maranhão, Filho. E. M. A. (2013). *Religiões e religiosidades no (do) ciberespaço*. São Paulo: Fonte Editorial.
- _____. (2010). *Neopentecostalismo de supergeração: o ciberespaço como chave para o sucesso neopentecostal*. *História Agora. Revista de História do Tempo Presente*, São Paulo, v. 10, n. 2, p. 342-362.
- Matta E Silva, W. (1987). **Umbanda e o poder da mediunidade**. 3.ed. Rio de Janeiro: Freitas Bastos.
- Marcus, George E. (1995). *Ethnography in/of the world system: the emergence of multi-sited ethnography*. **Annual Review of Anthropology**, Palo Alto, California, v.24, p. 95-117.

- Matory, J. L. (1998;1999). **The Trans-Atlantic Nation: Tradition, Transnationalism and Matriarchy in the Rise of the Afro-Brazilian Candomblé** Princeton: Princeton University Press.
- McLeod, J. M., Bybee, C. R., & Durall, J. A. (1982). **Evaluating Media Performance by Gratifications Sought and Received**. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. <https://doi.org/10.1177/107769908205900101>
- McCallion, M., McCallion, K. (2021). **Reflections on Social Media**. *Academia Letters*, Article 329. <https://doi.org/10.20935/AL329>
- McQuail, D. (2013). *Journalism and society*. Sage.
- _____. (2003). *Teoria da comunicação de massas*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- McQuail, D. McQuail's. (2000). **Mass Communication Theory** (4ª edição), London: Sage Publications.
- McQuail, D. (1997). **Audience analysis**. Londres: Sag.
- _____. (1994). **The rise of media of mass communication**. *Mass Communication Theory: An Introduction*. Nova York: Sage.
- McQuail, D., & Windal, S. (1993). **Communication Models for the study of Mass Communication**. 2 ed. New York: Longman.
- McQuail, D., Blumler, J. G. & Brown, J. R. (1972). **The television audience: A revised perspective**. In: MCQUAIL, D. (ed.). *Sociology of mass communications*. Middlesex, England: Penguin, 135-165.
- McLuhan, M. (1972). **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Companhia Editora Nacional.
- Mesch, G. S. (2006a). **Family characteristics and intergenerational conflicts over the Internet**. *Information, Communication & Society*, 9 (4), 473-495. MESCH, G. S. 2006b. Family relations and the Internet: Exploring a family boundaries approach. *The Journal of Family Communication*, 6 (2), 119-138.
- Métraux, A. 1972 [1959]. *Voodoo in Haiti* (tradução de Hugo Charteris). New York: Schocken Books.
- Miège, B. (2009). **A sociedade tecida pela comunicação: Técnicas da informação e da comunicação entre inovação e enraizamento social**. São Paulo: Paulus.
- Miller, D., & Slater, D. (2000). **The Internet: an ethnographic approach**. Oxford-New York: Berg.
- Mitsuishi, Y. (2007). **Entre graphos e ethos: uma abordagem crítica a etnografia virtual**. In: RIBEIRO, J.; BAIRON, S. (Orgs.). *Antropologia Visual e Hipermídia*. Lisboa: Edições Afrontamento.
- Morley, D. (2001); **Belongings: Places, spaces and identity in a mediated world**. *European Journal of Cultural Studies*. Lisboa: SAGE Publications; 4; 425.
- Moraes, D. A. (2006). In: MORAES, Dênis de (org). **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad X, p. 9-12.
- Morin, E. (2008). **O método 1: a natureza da natureza**. 2ª ed. Porto Alegre: Sulina.
- _____. (1999). **O método 3: o conhecimento do conhecimento**. 2ª ed. Porto Alegre: Sulina.
- Mullan, B. 1997. **Consuming television**, Oxford: Blackwell Publishers Ltd.
- Napoli, P. M. (2011). **Audience evolution: new technologies and the transformation of media audiences**, New York: Columbia University Press.
- _____. 2012. **Audience evolution and the future of audience research**. *International Journal on Media Management*, 14 (2), 79-97.
- Negroponte, N. (1995). *Being Digital*. London: Hodder and Stoughton.
- Neumann, E. (1984). **The Spiral of Silence: Public Opinion, Our Social Skin**. University of Chicago Press.
- Neuman, W. R. (1991). **The future of the mass audience**. Cambridge: Cambridge University Press.
- Newland, K., & Patrick, E. (2004). **Beyond remittances: The role of diaspora in poverty reduction in their countries of origin**. Washington, D.C.: Migration Policy Institute.

- Novello, M. (2009). **Um pensamento que não recebe ordens**. Revista IHU On-Line, n. 402, disponível em <<http://migre.me/d9ogf>>. Acesso em abr. 2021.
- Nielsen, R. K. & Schröder, K. C. (2014). **The relative importance of social media for accessing, finding, and engaging with news**. An eight-country cross-media comparison. *Digital Journalism*, 2 (4): 472-489. <http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2013.872420>
- Nubiola, J. (2009). **La abducción o lógica de la sorpresa**. Razón y Palabra, Monterrey, n. 21. Disponível em: <<http://goo.gl/Fhlgxy>>.
- Ojo, J. O., & Adedayo, S. O. (2017). **Analysis of some selected theories applicable to consumer behaviour research**. *Journal of Business and Finance Management Research*, 3(4), 112-120.
- Oliveira, J. (2008). **Das macumbas à umbanda: uma análise histórica da construção de uma religião brasileira**. Limeira: Editora do Conhecimento.
- Oliveira, A. J. V. (2015). **Media, usos e gratificações nas famílias numerosas católicas portuguesas**. Tese de Doutorado em Ciências da Comunicação, ramo: Sociologia da Comunicação e dos Media. Universidade de Coimbra, 2015.
- OLIVEIRA, A. **Secularização e mercado religioso em Peter Berger**. *Revista Brasileira de História & Ciências Sociais*, UNISINOS, Rio Grande do Sul, v. 4, n. 7, p. 7-26, jul. 2012.
- Orjuela, C. (2008). **'Distant Warriors, Distant Peace Workers? Multiple Diaspora Roles in Sri Lanka's Violent Conflict'**, *Global Networks*, Vol. 8, No. 4, pp. 436–52.
- O'reilly. T. (2006). **O que é Web 2.0 Padrões de design e modelos de negócios para a nova geração de software**. Publicado em O'Reilly (<http://www.oreilly.com/>) Copyright 2006 O'Reilly Media, Inc. Tradução: Miriam Medeiros. Revisão técnica: Julio Preuss.
- Ortiz, F.(1995 [1947]). **Cuban Counterpoint: Tobacco and Sugar** Durham/London: Duke University Press.
- _____. (1973 [1906]). **Los Negros Brujos** Miami: Ediciones Universal.
- Ortiz, R. (1999). **A morte branca do feiticeiro negro: Umbanda e sociedade brasileira**. 2.ed. São Paulo: Brasiliense.
- Pace, E. (2013). **La comunicazione invisibile: le religioni in internet**. Milano: San Paolo.
- Palmgreen, P., & Rayburn, J. D. (1979). **Uses and gratifications and exposure to public television: A Discrepancy Approach**. *Communication Research*. <https://doi.org/10.1177/009365027900600203>
- Parekh, B. (1994). "Some reflections on the Hindu Diaspora", *New Community* 20, pp. 603-620.
- Perse, E. M. & Dunn, D. G. (1998). **The utility of home computers and media use: Implications of multimedia and connectivity**. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 42 (4), 435-456.
- Perez, L. (2003). **Religião e sociedade de consumo**. In: REUNIÃO DE ANTROPOLOGIA DO MERCOSUL – ANTROPOLOGIAS EM PERSPECTIVAS, 5., 2003, Florianópolis. Anais... Florianópolis.
- Peters, C. (2016). **Spaces and Places of News Consumption**. Em T. Witschge, C. W. Anderson, D. Domingo, & A. Hermida (Edits.), *The Sage Handbook of Digital Journalism* (pp. 354-369). Londres: Sage.
- Pierucci, F. (1996). **A realidade social das religiões no Brasil**. São Paulo, Hucitec.
- Prandi, R. (2001). **Mitologia dos orixás**. São Paulo, Companhia das Letras.
- Prestes, M. (1994). **Desvendando a umbanda**. Rio de Janeiro: Pallas.
- Price-mars, J. (1983 [1928]). **So Spoke the Uncle** (Ainsi parla l'Oncle) (tradução de Magdaline W. Shannon). Washington, D.C.: Three Continents Press.
- Portela, P. (2019). **Introdução aos estudos de audiência**. Braga: CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Socie-

dade Universidade do Minho.

Poster, M. **Underdetermination**. *New Media & Society*, v. 1, n. 1, pp. 12-17, abr. 1999.

Rayburn, J. (1996). **An Integrated Approach to Communication Theory and Research**. Uses and Gratifications. Salwen, MB, Stacks, DW.

Raacke, J. & Bonds-raacke, J. (2008). **MySpace and Facebook**: Applying the uses and gratifications theory to exploring friend-networking sites. *CyberPsychology & Behavior*, 11 (2).

Reis, M. (2012). **Diáspora Como Movimento Social**: A Red de Mujeres Afrolatinoamericanas, Afrocaribeñas y de la Diaspora e as políticas de combate do racismo numa perspectiva transnacional. Florianópolis.

Revista Espiritual De Umbanda. São Paulo: Escala. nº 01, 2003; nº 03, 2003; nº 17, 2008; nº 18, 2008. ISSN 1678-7307.

Rheingold, H. (2002). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Reading, PA: Addison-Wesley.

_____. (1993). **The virtual community**: homesteading on the electronic frontier. Cambridge, Massachusetts: Reading: Addison-Wesley.

Rocha, E. (2006). **Representações do consumo**: estudos sobre a narrativa publicitária. Rio de Janeiro: PUC.

Rodhe, B. (2010). **A Umbanda tem fundamento**, e é preciso preparar: abertura e movimento no universo umbandista. Universidade Federal da Bahia, Salvador.

Rodrigues, Adriano D. E. (2000). **Modernidade e campo dos media**. In: SANTANA, R. N. M (org). Reflexões sobre o mundo contemporâneo. Teresina: Revan, p. 169-215.

_____. (2013). O objetivo fundamental dos estudos da comunicação é o avanço do conhecimento de como as pessoas inventam a sociabilidade. Císeco, Japaratinga, 1 de maio. <http://goo.gl/SNIYZ3>. Acedido em julho de 2021.

Rosengren, K. E. (1974). **Uses and gratifications**: A paradigm outlined. *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*, 3, 269-286.

Ross, K., & Nightingale, V. (2003). **Media and Audiences**: New Perspectives, Open University Press, Maidenhead

Rothenbuhler, E. W. (2009). **Continuities: Communicative Form and Institutionalization**. In: LUNDBY, K (org). **Mediatization: Concept, Changes, Consequences**. New York: Peter Lang Publishing, p. 277-292.

Rothenbuhler, E. W., & Mihai C. (eds.) 2005. **Media Anthropology**. Thousand Oaks, CA: Sage.

Roy, S. K. (2009). **Internet uses and gratifications**: A survey in the Indian context. *Computers in Human Behavior*, 25(4), 878–886. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.03.002>

Rubin, A. M. (1998) **Media uses and effects**: a uses-and-gratifications perspective. In: BRYANT, Jennings; ZILLMANN, Dolf. *Media effects*: Advances in theory and research. Washington DC: Kent State University.

_____. (1994b). Usos y efectos de los media: una perspectiva uso-gratificación. In: BRYANT, J. & ZILLMANN, D. (eds.). *Los efectos de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós, 555-582.

_____. (1994a). **Media uses and effects**: A uses and gratifications perspective. In: BRYANT, J. & ZILLMANN, D. (eds.). *Media effects: Advances in theory and research*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc, 417-436. RUBIN, A. M.

_____. (1984). **Ritualized and instrumental television** viewing. *Journal of Communication*, 34 (3), 67-77.

_____. (1983). **Television uses and gratifications**: The interactions of viewing patterns and motivations. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 27 (1), 37-51.

_____. (1981). **An examination of television viewing motivations**. *Communication Research*, 8 (2), 141-165.

Safran, W. (1991). “**Diasporas in Modern Societies**: myths of homeland and return”, *Diaspora* 1, pp. 83-99.

Santaella, L. (2004). *Navegar no ciberespaço*. São Paulo: Paulus.

Santos, E. C. M. S. (2007). **A construção simbólica de um personagem religioso**: o Preto-velho. In: *Revista Tomo*.

Serjipe, São Cristovão, n. 11, p.161-193.

Santos, S. (2020). **Usos e Gratificações no Contexto Digital**: um estudo de caso com famílias militares brasileiras residentes na vila militar do Exército na cidade de Porto Velho – Rondônia. Dissertação de Mestrado. Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto.

Sahlins, M. (1976). **Culture and practical reason**. Chicago, The University of Chicago Press. .

Sbardelotto, M. (2016). **E o verbo se fez rede**: uma análise da circulação do católico em redes comunicacionais online. Tese apresentada ao Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade do Vale Rio dos Sinos para obtenção do grau de doutor, orientado por Jairo Ferreira, Unisinos. file:///C:/Users/annas/Downloads/Mois%C3%A9s%20Sbardelotto_.pdf Acedido em: março de 2021.

_____. (2012). **Dos bits à rede: entre a experiência religiosa e a representação social do “católico” na internet**. In: ENCONTRO DA COMPÓS, Juiz de Fora. **Anais**. Juiz de Fora: COMPÓS.

Seligman, A. B., Robert P. W., Michael J. P., & Bennett S. (2008). **Ritual and Its Consequences: An Essay on the Limits of Sincerity**. Oxford and New York: Oxford University Press.

Sepé, C.P. (2006). **Interatividade ou interação?** Reflexões acerca do sentido terminológico para a compreensão de um objeto de estudo emergente. *Razón y Palabra*, México, n. 52. Disponível em: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n52/20Presser.pdf> Acesso em: mar. 2021.

Shain, Y. (2002). **The Role of Diasporas in Conflict Perpetuation and Resolution**. *SAIS Review* 22 (2): 115–44

Schrover, M. & F. Vermeulen. (2005). **‘Immigrant organisations’**, *Journal of Ethnic and Migration Studies* 31 (5): 823-822.

Schröder, K. C. (2015b). **Antigas e novas notícias**: Audiências flutuantes, repertórios noticiosos e locais de consumo. *Parágrafo*, 2 (3): 125-139.

Shukla, S. 2005 [2003]. **India Abroad**: Diasporic Cultures of Postwar America and England, Nova Deli: Orient Longman.

Shuval, J. (2007). **“Diaspora Migration: Definitional Ambiguities and a Theoretical Paradigm”**, in Sahoo, Ajaya e Maharaj, Brij *Sociology of Diaspora. A Reader*, Nova Deli: Rawat Publications.

Silva, C. P., Moulthrop, A. A., & Muha, M. S. (2001). **Introduction to Polyspectral Modeling and Compensation Techniques for Wideband Communications Systems**. 58th ARFTG Conference Digest Fall 2001: RF Measurements for a Wireless World, ARFTG Fall 2001. <https://doi.org/10.1109/ARFTG.2001.327481>

Silva, M. (2001). **Sala de aula interativa**. A educação presencial e à distância em sintonia com a era digital e com a cidadania. XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação, Campo Grande. INTERCOM - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação

Silveira, R. (2006[a]). **O candomblé da Barroquinha**: processo de constituição do primeiro terreiro baiano de keto. Salvador: Maianga.

_____. **Os contextos da cultura**. Disciplina ministrada no Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da Universidade Federal da Bahia. Salvador: PósCultura, 2006[b].

Silverstone, R. (2002b). **Complicity and collusion in the mediation of everyday life**. *New Literary History*, v. 33, n. 4. p. 761-780, 2002b. DOI: <http://dx.doi.org/10.1353/nlh.2002.004>. Acedido em: janeiro de 2021.

_____. (2002a.) **Por que estudar a mídia**. São Paulo: Loyola.

_____. (1999). **What’s New about New Media?** Introduction. *New Media & Society* pp. 10-12, v. 1, n. 1.

Sínodo dos Bispos. (2012). Os desafios pastorais sobre a família no contexto da evangelização. Documento preparatório para a III Assembleia Geral Extraordinária do Sínodo dos Bispos. Vatican.va, Vaticano. <<http://goo.gl/9dQRMV>>. Acedido em janeiro de 2021.

Shields, R. (1996). **Introduction: virtual spaces, real histories, living bodies**. In R. Shields (ed.) *Cultures of Internet: Virtual Spaces, Real Histories, Living Bodies*. London: Sage. pp. 1±10.

Smith, W. R. (1889). **The Religion of the Semites**: The Fundamental Institutions. 2nd edition 1957, New York, NY:Me-

ridian.

Smock, A. D., Ellison, N. B., Lampe, C. & Wohn, D. Y. (2011). **Facebook as a toolkit: a uses and gratification approach to unbundling feature use.** *Computers in Human Behavior*, 27, 2322-2329.

Sodré, M. (2017). **Pensar Nagô.** Petrópolis, RJ: Vozes.

_____. (2012). **Antropológica do espelho.** 7ª ed. Petrópolis: Vozes.

Souza, B. M.; & Martino, L. M. Sá. **Sociologia da religião e mudança social: católicos, protestantes e novos movimentos religiosos no Brasil.** São Paulo: Paulus, 2004.

Sommer, D. (1990). **"Irresistible Romance: The Foundational Fictions of Latin America"**. In: H. K. Bhabha (ed.), *Nation and Narration* London: Routledge. pp. 71-98.

Strickland, D., & Schlesinger, L. (1969). **"Lurking" as a Research Method.** *Human Organization*, Lexington, vol. 28, n. 3, p. 248-250. Disponível em: <<http://goo.gl/xjncLj>>. Acessado em janeiro de 2021.

Strübing, Jörg. (2004). **Grounded theory.** Wiesbaden: VS-Verlag.

Sumiala, J. (2014). **Mediatized Ritual - Expanding the Field in the Study of Media and Ritual.** *Sociology Compass* 8/7 : 939–947, 10.1111/soc4.12188

_____. (2013). **Media and Ritual. Death, Community and Everyday Life.** Published by Routledge, 160 p.

_____. (2008). **Circulation.** In: Morgan D (ed.) *Keywords in Religion, Media, and Culture.*

London: Routledge, pp.44–55.

Sundar, S. S., Kalyanaraman, S. & Brown, J. (2003). **Explicating Web Site Interactivity - Impression Formation Effects in Political Campaign Sites.** *Communication Research*, 30 (1).

Swanson, D. L. (1987). **Procura de gratificação, exposição na mídia e interpretações do público: algumas orientações para a pesquisa.**

Swart, J.; Peters, C. & Broersma, M. (2016). **Navigating cross-media news use.** Media repertoires and the value of news in everyday life. *Journalism Studies* (online first): 1-20. <http://dx.doi.org/10.1080/1461670X.2015.1129285>

Taylor, C. (2002). **Modern social imaginaries.** *Public Culture* 14(1): 91–124. Tsagarousianou, R. (2004). Rethinking the concept of diaspora, connectivity and communication in a globalized world. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 1(1), 52–65

Thompson, J. (1998). **Los media y la modernidad.** Una teoría de los medios de comunicación, Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, SA.

_____. (1995). *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media.* Cambridge: Polity Press.

_____. (1990). *Ideology and Modern Culture.* Cambridge: Polity Press.

Thrift, N. (1997). **Spatial Formations.** London: Sage.

Trevino, L.K., Lengel, R.H. and Daft, R.L. (1987). Media symbolism, media richness and media choice in organizations. *Communication Research* 14: 553±574.

Tsagarousianou, R. (2004). Rethinking the concept of diaspora, connectivity and communication in a globalized world. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 1(1), 52–65.

Turkle, S. (1995). **Life on the Screen: identity in the age of the Internet.** New York: Simon and Schuster.

Urista, M. A., Dong, Q. & Day, K. D. (2008). **Explaining why young adults use MySpace and Facebook** through uses and gratifications theory. *Human Communication*, 12 (2), 215-229.

Urry, J. (2007). **Mobilities.** Cambridge, Polity.

Van dijk, J. (2004). **"Divides in Succession"** in E. Bucy & J. Newhagen (eds), *Media Access: Social and Psychological Dimensions of New Technology Use*, London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, pp. 233-254.

- Vattimo, G. (1992). *A sociedade transparente*. Lisboa: Relógio D'Água.
- Verger, P. (2012). **Notas sobre o Culto aos Orixás e Voduns na Bahia** de Todos os Santos, no Brasil, e na antiga costa dos escravos, na África. Tradução: Carlos Eugênio Marcondes. – 2. ed., 1.reimpr. – São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.
- _____. (2002). **Orixás, deuses iorubás na África e no Novo Mundo**. Salvador: Corrupio.
- _____. (1997). *Lendas Africanas dos Orixás*. Tradução: Maria Aparecida da Nóbrega. 4 edição. Salvador, Corrupio.
- Véron, E. (1997). **Esquema para el análisis de la mediatización**. Diálogos de la Comunicación., Lima, n.48, p. 9-17.
- _____. (2004). **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Unissinos.
- Vertovec, S. (2000). *The Hindu Diaspora. Comparative Patterns*, London, Routledge.
- Vindt, G. (1999). *A Mundialização. De Vasco da Gama a Bill Gales*, Temas e Debates, Lisboa (trad, da ed. francesa , de 1998)
- Virilio, P. (1997) *Open Sky*. London: Verso.
- Yin, R. K. (2001). **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman.
- Yuan, Y. (2011). **A Survey Study on Uses and Gratification of Social Networking Sites in China**. Dissertação de Mestrado (Mestrado em Ciências). Ohio: Scripps College of Communication of Ohio University.
- Zillmann, D. (1991). *Television Viewing and Physiological Arousal*. In: BRYANT, Jennings; ZILLMANN, Dolf. (Eds.) *Responding to the Screen: reception and reaction processes*. New Jersey: Lawrence Publishers, pp. 103-134.
- Žižek, S. (2020). **“Um golpe como o de ‘Kill Bill’ no capitalismo”**, In Mike Davis et al., “Coronavírus e a luta de classes”. Editora: Terra sem Amos.
- Weber, M. (2005). **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. 2.ed. São Paulo: Pioneira.
- Webster, J. G. (2006). **Audience flow past and present: television inheritance effects reconsidered**. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 50 (2), 323-337.
- Webster, J. G., Phalen, P. F. & Lichty, L. W. (2006). **Ratings analysis: Theory and practice of audience research**, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Webster, J. G. (1998). **The audience**. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 42 (2), 190-207.
- Webster, J. G. & Phalen, P. F. (1997). *The mass audience: rediscovering the dominant model*. Mahawa, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Weingart, P. (1988). *Science and the media*. *Research Policy*, Amsterdam, v. 27, n. 8, p. 869-879. DOI: [http://dx.doi.org/10.1016/S0048-7333\(98\)00096-1](http://dx.doi.org/10.1016/S0048-7333(98)00096-1)
- Whetherell, M., & Mohanty, C. (2010). **The SAGE Handbook of Identities**. SAGE Publications Ltd. London.
- Wilhelm, A. G. (2000). *Democracy in the digital age*. London: Routledge.
- Williams, F., Strover, S. & Grant, A. E. (1994). **Aspectos sociales de los tecnologías de los nuevos medios**. In: Bryant, J. & Zillmann, D. (eds.). *Los efectos de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós, 617-641.
- Wilson, J., Davies, B., Whittaker, R. & Sanger, J. (1997). **Young children, videos and computer games: Issues for teachers and parents**, London e New York: RoutledgeFalmer.
- Wilson, T. (2004). **The Playful Audience: from talk show viewers to internet users**, New York: Hampton Press.
- Wittel, A. (2000). **Ethograpfy on the move: from field to net internet: qualitative social research**. *EUA*, v. 1, n. 1.
- Wolf, M. (1995). **Teorias da Comunicação**. Tradução de Maria Jorge Vilar de Figueiredo. 4 ed. Lisboa: Presença.
- Wolton, D. (1997). **Penser la communication**, France: Flammarion.

FONTES CONSULTADAS NA INTERNET

Araújo. (2020, 30 de maio). Diáspora Judaica. Dispersão da nação hebraica em territórios fora da Palestina. [texto colocado educamaisbrasil.com.br] enviado para <https://www.educamaisbrasil.com.br/enem/historia/diaspora-judaica> Acedido em outubro de 2020.

Costa. (2020, 8 de abril). NOVO CORONAVÍRUS: AUMENTO DO CONSUMO DE CONTEÚDOS DURANTE A PANDEMIA. [texto colocado no Blog comteudo.webtexto.pt] enviado para <https://comteudo.webtexto.pt/coronavirus-aumento-consumo-de-conteudos-pandemia/>. Acedido em dezembro de 2020.

ChurchPop. (2017, 16 de julho). Histórico: Leão XIII foi o primeiro Papa a ser gravado em uma câmera de cinema. [texto colocado no Blog pt.churchpop.com] enviado para <https://pt.churchpop.com/historico-leao-xiii-foi-o-primeiro-papa-ser-gravado-em-uma-camera-de-cinema/> Acedido em março de 2020.

Dau. (2020, 17 de agosto). Redes Sociais crescem 40% durante a pandemia, possibilitando que empresas se mantivessem no mercado. [texto colocado no jornalcontabil.com.br] enviado para <https://www.jornalcontabil.com.br/redes-sociais-crescem-40-durante-a-pandemia/> Acedido em outubro de 2020.

Damásio. (2017, 2 de novembro). “As pessoas não se apercebem de que as tecnologias da comunicação originaram uma capacidade de entrar na nossa mente de monopolizar a nossa atenção e de intervir nos nossos juízos”. [texto colocado .esad.edu.pt] enviado para https://www.esad.edu.pt/docs/Visao_20171102477a9d.pdf Acedido em abril de 2021.

EPA/VATICANO. (2020, 27 de março). Dias do Impensável: o Papa reza numa Praça de S.Pedro vazia. [texto colocado no publico.pt] enviado para <https://www.publico.pt/2020/03/27/fotogaleria/papa-francisco-praca-s-pedro-vazia-400854> Acedido em abril de 2020.

Facebook legal terms. Conteúdo disponível em: <https://www.facebook.com/legal/terms> e consultado em agosto de 2021

Facebook do TUTO. Disponível em: <https://www.facebook.com/associacaotuto>. Acesso em: dezembro de 2020.

Site do TUTO. Disponível em: <https://tuto.pt/> Acesso em: várias datas

Facebook ATUPO. Disponível em: <https://www.facebook.com/umbanda.portugal>. Acesso em: dezembro de 2021.

Site ATUPO. Disponível em: www.atupo.com Acesso em: várias datas

Facebook do Templo Espiritual de Umbanda, Caboclo Nharauê. Disponível em: <https://www.facebook.com/TEUMBANDA>. Acesso em: abril de 2021

Site do Templo Espiritual de Umbanda, Caboclo Nharauê. Disponível em: <http://caboclonharaue.com/> Acesso em várias datas

Facebook do Terreiro Templo de Aruanda. Disponível em: <https://www.facebook.com/LendasAruanda> Acesso em: março de 2021

Site do Terreiro Templo de Aruanda. Disponível em: www.lendasdearuanda.com. Acesso em: várias datas

Facebook do Templo de Urubató. Disponível em: <https://www.facebook.com/Templo-Urubat%C3%A3o-820027124732401>. Acesso em: março de 2021

Site do Templo de Urubató. Disponível em: <https://5f298b3d2d525.site123.cloud/> Acesso em: várias datas

Geraldo. (sem data). O que é Candomblé. [texto colocado no meuartigo.brasilecola.uol.com.br] enviado para <https://meuartigo.brasilecola.uol.com.br/historia-do-brasil/o-que-candomble.htm> Acedido em dezembro de 2020.

Guimarães. (2012, 28 de março). As Umbandas dentro da Umbanda. [texto colocado no Blog registrosdeumbanda.wordpress.com] enviado para <https://registrosdeumbanda.wordpress.com/as-umbandas-dentro-da-umbanda/> Acedido em dezembro de 2020.

INE (2019) ‘Sociedade da Informação e do Conhecimento: Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelas Famílias’, https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUES_dest_boui=415622225&DESTAQUESmodo=2 Acedido em dezembro de 2020.

José. (2021, 12 de fevereiro). A Rádio Vaticano comemora neste dia 12 de fevereiro 90 anos. [texto colocado no vaticannews.va/pt] enviado para <https://www.vaticannews.va/pt/vaticano/news/2021-02/a-radio-vaticano-comemora-neste-dia-12-de-fevereiro-90-anos.html> Acedido em março de 2021.

Kramer. (2019, 13 de dezembro). Key findings: How living arrangements vary by religious affiliation around the world [texto colocado no pewresearch.org] enviado para <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/12/13/key-findings-how-living-arrangements-vary-by-religious-affiliation-around-the-world/> Acedido em julho de 2020.

Palmares (2021). Fundação Cultural Palmares (1988 até hoje) In Portal da Fundação Cultural Palmares, <http://www.palmares.gov.br/> Acedido em julho de 2021 em <http://www.palmares.gov.br/>

Pena. (sem data). Placas Tectônicas. [texto colocado em mundoeducacao.uol.com.br] enviado para <https://mundoeducacao.uol.com.br/geografia/placas-tectonicas.htm> Acedido em outubro de 2020.

Pescada, C., & Abecasis, T. (2020). A fé em tempos de covid-19: “Ela manifesta-se ainda mais nestas alturas”. <https://www.publico.pt/2020/05/13/sociedade/video/fe-tempos-covid19-manifestase-alturas-20200513-015753>. Acedido em dezembro de 2020 em <https://www.publico.pt/2020/05/13/sociedade/video/fe-tempos-covid19-manifestase-alturas-20200513-015753>.

Rocha. (2020, 24 de janeiro). Vídeo: como as religiões estão contornando o vírus para manter fiéis. [texto colocado www.em.com.br/app/noticia/internacional] enviado para https://www.em.com.br/app/noticia/internacional/2020/03/30/interna_internacional.1133883/video-como-as-religioes-estao-contornando-o-virus-para-manter-fieis.shtml Acedido em dezembro de 2020.

Google (2021). Google Notícias In News Google, <https://news.google.com/covid19/map?hl=pt-PT&gl=PT&ceid=PT%3Apt-150> Acedido em setembro de 2021 em <https://news.google.com/covid19/map?hl=pt-PT&gl=PT&ceid=PT%3Apt-150>

APÊNDICE

ANEXO - ENTREVISTA COM O LÍDER RELIGIOSO PEDRO BRANDÃO DO TEMPLO DE URUBATÃO, NA MALVEIRA

Entrevista com o pai de santo, Pedro Brandão - líder religioso do Templo de Urubatão, na Malveira, em Portugal. As perguntas foram enviadas por e-mail e respondidas pelo whatsapp, em tempos de pandemia.

1. Como surgiu a ideia de abrir um Templo de Umbanda em Portugal?

Pedro Brandão - O Templo Urubatão surge um ano após a morte do meu pai de santo, portanto, eu era o alabê da casa, era o braço direito do meu pai de santo, Pedro de Ogum, do Templo Sagrado de Umbanda, um terreiro na Quinta do Conde, com muitos anos de uma Umbanda trançada, uma Umbanda omolokô, e eu iniciei lá. Iniciei lá e depois com o desencarne dele e após um ano, fui recebendo as entidades que era preciso dar continuidade ao trabalho. Eu senti que a minha vertente da Umbanda estava ligada a uma parte mais social, no sentido de ter uma pegada maior na vida das pessoas, portanto ajudando de todas as maneiras possíveis, quer a nível religioso, quer a nível social, com a entrega de cabazes, essas coisas todas. Não pratico o sacrifício animal, portanto, sai dessa vertente de Umbanda omolokô, uma Umbanda Angola, mas continua a ser a minha ancestralidade da qual me orgulho muito, e esse povo maravilhoso que me ajudou toda a vida e continua a ajudar, apenas agora com uma adaptação, relativamente a não prática do sacrifício animal, portanto arranjar substitutos e é assim que nasce o Templo Urubatão. O Templo Urubatão nasce exatamente, com o desencarne do meu pai de santo, senti muita falta da Umbanda, estar tão integrado na forma dele ver e está na Umbanda que começaria sem desprimor nenhum para os outros terreiros de Portugal, como é evidente, mas muito difícil seguir esse caminho. Então, esperei um ano, como já referi há pouco, fui recebendo algumas entidades que foram orientando, até o dia em que fui a Braga, que é uma grande referência, o Pai Cláudio, a ATUPO e numa gira de esquerda que foi a primeira gira, de Umbanda a que eu fui após o falecimento do meu pai de santo, falei com seu gato preto, com Exú da casa do Pai Cláudio, em que disse que eu tinha caminho como sacerdote, como pai de santo e assim foi com um grande auxílio do Pai Cláudio, demos início aos trabalhos, inicialmente na sala e minha casa, muito pouca gente, no dia 15 de novembro e éramos exatamente 15 pessoas, que estávamos a iniciar. E pronto, ao final de um ano arranjamos as novas instalações, onde estamos agora e tem sido sempre a desenvolver este projeto. No Templo Urubatão, como diz o guia mentor da casa, uma casa mãe, uma casa de colo, muito voltada para os problemas do outro e é esse o trabalho que temos vindo a desenvolver.

2. Existiu algum fato específico que marcou a tua vida e que fez com que entraste no mundo da Umbanda?

Pedro Brandão - Eu cresci como agnóstico, ateu, mas estudado, portanto, tinha algum prazer em desmontar toda a estrutura religiosa, e dava-me algum gosto, então estudava exatamente para ter argumentos para refutar a existência de um Deus e toda a parte espiritual. Desde o início sempre vi coisas, ouvi, mas sempre pensei que fosse imaginação, até que ao longo da minha vida, foram se intensificando, já mais tarde, quase nos 20 anos, voltaram outra vez essas visões e ouvir coisas, e o que me fazia ter muito medo porque era um contra senso, por um lado não acreditava, mas sempre que essas coisas aconteciam eu tinha medo, horrível. Um dia fui ter com uma senhora para fazer o mapa astral, e ela faz-me um mapa astral, por sinal acertou em tudo. Uma senhora que vem de propósito do Brasil a Portugal fazer esse mapa astral e disse que eu tinha caminho na espiritualidade, só que eu refutei logo a situação, mas é evidente que os acontecimentos foram se intensificando,

como se alguma coisa me empurasse. Num desespero fui a um centro espírita, onde também disseram que eu tinha uma caminhada espiritual para traçar, que não podia, de certa forma fugir dela. O caminho não me fez sentido nenhum porque eu também entendia que isso mexia com meu livre arbítrio, e eu não queria ter nada a ver com a vida espiritual. Em desespero de causa já e apesar de não acreditar muito, um rapaz que eu ensinei a tatuar, o Steve era casado com uma cartomante, e ela convidou-me para eu ir ler as cartas onde saiu que eu tinha magia branca, mas uma série de coisas e que ia me levar a um sítio que as cartas e os guias dela estavam a dizer que iam me levar a um sítio, mas que alertaram para o fato de não dizer onde era, se não, eu não iria, então lá me levaram a Quinta do Conde, ao terreiro do meu pai. Uma personalidade muito forte, a minha também. O primeiro impacto não foi muito positivo porque ele era super brincalhão, e eu sempre fui assim um bocado mais rígido nas primeiras abordagens por ser tímido, mas fui ficando. Fui ficando, mas honestamente, inicialmente para tentar desmascarar aquela mentira que estavam a dizer as pessoas. É evidente que o tempo foi passando e rapidamente, as entidades deram-me as provas que eu achava necessária para me provarem que aquilo não era nenhuma mentira e que era uma realidade e fui ficando, os anos foram passando e quando dei por mim já estava completamente integrado. Depois até teve uma situação muito engraçada, há um dia em que eu chego ao pé do meu pai de santo e digo meu pai olhe: eu acredito nas entidades, elas são palpáveis, eu consigo vê-las, mas tenho dificuldade em acreditar em Deus. Aí ele com muita calma olha pra mim, sorri e diz, Pedro, mas acredita no teu caboclo e no teu Exu. Eu disse: sim, meu pai, acredito. Então, não te preocupes que eles vão te levar a Deus. E o tempo passou, não quero falhar, mas talvez, uns dois anos, o nosso relacionamento foi crescendo, foi solidificando ao ponto de eu sentir como um pai realmente, não só o meu mentor e pai de santo, mas como um pai, e ele não tinha filhos carnis, e essa ligação foi muito grande e aliás digo sempre (em tom emocionado) sou muito grato a Umbanda porque tenho os meus pais de criação que eu amo de coração, mas a vida é tão generosa que deu uma mãe de santo e um pai de santo, uma mãe pequena e um pai de santo fabulosos, que usamo de uma forma desmedida. Desmedida no sentido positivo e então passado esses dois anos, o pai Pedro pergunta-me: filho, acreditas em Deus? E eu não precisei de pensar. Disse: claro. E esse claro era como se Ele fizesse parte do meu ADN, tivesse no osso e fartei-me de rir e até me emocionei um pouco porque com a mesma certeza que eu não acreditava nele, naquele dia passei a acreditar, não foi que passasse, foram os anos que me fizeram não ter nenhuma dúvida da existência de Deus na minha vida e que eu sou parte dele e ele é parte de mim. Então é assim engraçado. Não tive nenhum acontecimento marcante, como foi dito que tinha uma missão espiritual, especial, até porque eu tenho horror a fanatismos. Tenho um carácter muito especial, relativamente à espiritualidade, não gosto de fanatismos, não gosto de nenhum tipo de excessos, trabalho na responsabilização a nível espiritual, para que as pessoas entendam o que são as energias, o que são as entidades, os orixás, como eles trabalham, como eles atuam nas nossas vidas. Acho que a responsabilidade é pura e simplesmente só nossa. Então esse trabalho é: nós entendermos que na vida tudo é de bom e mal, a responsabilidade é nossa não é? Então é esse o trabalho que eu mais desenvolvo a nível espiritual é o da responsabilização, o entendimento que o orixá não é clube de futebol, que o orixá não é mago, que as entidades não sabem tudo, elas nos ajudam e nos dão conselhos, porque já tiveram várias vidas e já estão num patamar evolutivo que lhes permite ter o entendimento de tudo aquilo que se passa, mesmo que tenham vivido há 100 anos, os problemas eram sempre os mesmos, emocionais, financeiros, de saúde. As épocas mudam como é evidente, os problemas também evoluem noutras direções e noutros sentidos, mas a situação, era sempre a mesma, fome, falta dinheiro, problemas de amor, portanto, os anos podem passar e podemos remontar e recuar há 600, 700 anos atrás que os principais problemas são certamente os de hoje. É isso que nos dá esse Mestrado não é? Esse Doutoramento que nos pode aconselhar como só as entidades podem, porque já vivenciaram, já passaram, evoluíram, aprenderam, então eles pura e simplesmente aconselham-nos. Os responsáveis somos nós.

3. Onde foi e é construído teu repertório religioso? Quais são as influências brasileiras nesse sentido?

Pedro Brandão - Toda a minha formação religiosa, a minha concepção do orixá, numa vertente

muito africana, portanto como eu sempre digo a minha ancestralidade, eu tenho um pé em África, portanto o meu pai de santo, era de uma Umbanda trançada, portanto, uma Umbanda Omolokô, com origem no Brasil, portanto, o meu avô de santo é o pai Bug do Templo Uguaracy, em São Paulo. Apesar do meu pai ter rompido com alguns dos fundamentos e formas de estar da teoria guaraciana, mas toda a minha concepção de Umbanda e da parte espiritual, inicialmente vem da casa do meu pai, depois, mais tarde também com meu pai numa incursão e um estudo muito aprofundado do iorubá, portanto da religião iorubá, ifá e a minha concessão é muito africanizada, apesar, como já referi não praticar o sacrifício animal, pois entendo que não há necessidade disso, mas respeito até porque já participei e entendo todo o funcionamento, mas é exatamente por entender o funcionamento que me obrigou então, após a morte do meu pai, e entender que não seria esse o meu caminho, respeitando a minha ancestralidade. Nunca negando as minhas origens, mas obrigou-me a estudar, e a recorrer a outros recursos e estudar a fundo plantas e arranjar substitutos. Portanto, o meu repertório se é assim que se pode dizer, espiritual, começa com uma educação de terreiro e de fundamento, graças a Deus, muito bem passada, pelo meu pai, a nível do respeito do, aos mais velhos, a ancestralidade numa visão, familiar que é isso que a parte africana aporta muito não é? Para Umbanda, para o Candomblé, que é a noção de família do grupo que se cria, uma família, laço familiar, que se chama pai, se chama irmão, chama mãe, mãe pequena, pronto, todos os cargos de sacerdote dentro do terreiro. Mas lá está, minha concessão é muito africana, apesar de estudar muito toda a parte indígena, e sempre que posso participo, durante longos períodos, já tive o prazer de estar, num terreiro de Jurema sagrada, e participar e entender porque. Eu acredito que para saber para onde vou, eu tenho de saber de onde vim e então, eu estudo toda a parte africana, ameríndia, portanto toda a parte da pajelança, toda a parte espírita kerdecista e não só, todas as vertentes de religiões brasileiras que originaram na Umbanda, ou que eventualmente forma o Candomblé e mais tarde a Umbanda, eu tento saber o máximo que me é possível, participando, estando presente, lendo livros, fazendo formações, se for necessário, para estar atualizado, e trazer a minha realidade também. Portanto, a minha visão do que é espiritualidade, e a forma como eu vejo o plano espiritual, e o meu entendimento do plano espiritual cimeta muito na ancestralidade, na parte africana, mas estudando a fundo, todas as religiões que me forem possíveis, para ter o melhor entendimento possível, da umbanda, desde a religião judaica, o estudo da cabala, para melhor entender também, de toda forma Exu, cultos pagãos, entender que também melhora Exu, até porque também como o próprio ponto diz: Exu é moço branco não é? Então Exu é europeu, é o Exu, chega. O Exu entidade, eu tô falando do orixa. Chega ao Brasil através dos portugueses, dos europeus e de todos aqueles, que emigraram para o Brasil, para as terras de Vera Cruz com esperança de criar e constituir uma vida melhor, e que levaram todos esses conhecimentos antigos, europeus, nórdicos, e não só da Inglaterra, de França, e que contribuíram também para muitas religiões como o Catimbó, a própria Jurema, que tem uma influência muito grande europeia. O tambor de minas foram nascendo e se adaptando a novos conhecimentos e novas formas de estar, respeitando sempre a sua origem não é? É esse meu repertório espiritual. O estudo, o entendimento e trazer a minha realidade, a minha compreensão de forma que eu asinta e acredite nela, e que dessa forma consiga passar aos filhos e a quem quiser um lugar da minha visão da espiritualidade e da minha família.

4. Como é a relação Brasil/Portugal quando falamos de religiões com viés africano, indígena, espírita?

Pedro Brandão - São muitas influências brasileiras, portanto como já falei o meu vô de santo, Carlos Bub, teoria guaracyana, depois tenho o prazer de ter amigos no Brasil como: o pai Élcio de Oxalá, em São Paulo. O pai Felipe do Templo Caboclo Pena Azul, Mata da Silva, Pai Rubem Xaracene, Fernandino Moraes, Tata Tancredo. Eu vou a todas as vertentes possíveis, de Umbanda, com alguns tenho o privilégio de privar e conhecer e vou sempre que possível falando com eles e quando posso estar com eles, vamos debatendo e vendo ideias diferentes e é isso que é a beleza da Umbanda, portanto ela é tão generosa que permite uma série de segmentos, se é que podemos dizer assim, diferentes, portanto Umbandas com uma raiz mais africana, outras com uma raiz mais indígena, outras com uma raiz mais espírita, outras com uma raiz mais católica, e é isso que é a beleza da Umbanda. Portanto, a Umbanda não tem tabus, não tem dogmas, e permite essa riqueza múlti-cultural, por isso que eu digo a Umbanda é a junção de todos o que a torna naturalmente, perfeita. Neste sentido natural, mesmo da natureza, tendo em conta que os nossos orixás tão emantados, portanto, são na natureza né? Quase que remetendo ao Pai Francelino Xampanã, do Brasil, da encantaria não é? Dos encantados que depois vai buscar todo o folclore fabuloso do Brasil, do boto, Cuca, é realmente. A Umbanda é muito rica e como tem a junção de todas essas religiões, realmente permite que cada um perceba o sagrado a sua forma, desde que, na minha opinião e atenção, isto é só a minha opinião, tenha os chamados quatro pilares da Umbanda, que é a prática da caridade, não fazer distinção entre qualquer tipo de pessoa mediante a sua orientação sexual, estatuto social, portanto, não há discriminação não é? Não cobrar pelos trabalhos espirituais e não fazer sacrifício animal. Para mim são os quatro pilares da Umbanda. Sei que existem vertentes da Umbanda das quais eu fiz parte com muito orgulho, como a Umbanda Omolokô, que tem sacrifício animal, mas o meu entendimento atual é que a Umbanda evolui não é? A Umbanda não pode parar, a espiritualidade manifesta-se sempre, da forma, mediante, as nossas limitações e as nossas capacidades de compreensão do próprio plano astral e espiritual. e a medida que vamos tendo mais conhecimento e mais capacidade, ela vai se revelando, por isso é que a Umbanda não para e está em constante mutação, é fabuloso. É isso que me fascina e pra minha mente que é muito inquieta e tem necessidade de conhecer, e tem necessidade de coisas novas e juntar o novo com o antigo, a Umbanda faz-me todo o sentido, por isso mesmo não é? É esta constante evolução, é essa constante dinâmica que ela proporciona que a torna apaixonante. A nível de ligações com o Brasil, tenho as melhores. Sempre que posso faço direto, como já fiz agora com o pai Élcio de Oxalá, com outros sacerdotes, participo também em reuniões através das redes sociais, que nos possibilitam isso mesmo não é? De outros grupos, de outros templos, no Brasil. E é isso que é fabuloso, portanto, as relações com o Brasil são as melhores, não é? Tendo em conta que a Umbanda se pode dizer uma religião, brasileira com várias influências, como é evidente, de outros países, de outros cantos do mundo, mas podemos considerar de certa forma a Umbanda brasileira. Então as relações com o Brasil são mesmo as melhores.

5. Durante todo esse tempo instalado em Malveira, houve algum momento marcante na tua trajetória que gostarias de contar pra nós?

Pedro Brandão - Temos vivido muitos momentos marcantes aqui no templo Urubatão, na Malveira. Acho que um dos maiores momentos, e para mim, mais importantes, pelo contributo dele a Umbanda, pelo contributo dele como ser humano, é o Pai Élcio de Oxalá, de São Paulo, conhecido como a voz da Umbanda, foi se calhar dos maiores marcos. Com a visita dele ao Templo Urubatão, e o prazer de poder privar com ele, portanto, é um ser humano fabuloso, maravilhoso, de um coração gigante, possível não nos rendermos aquela energia, aquele amor, aquele carinho, aquela humildade, aquela postura, aquele conhecimento, e acho que foi dos momentos mais marcantes, entre tantos outros, já vividos no Templo Urubatão, coisas boas, coisas más. Das coisas más aprendemos, evoluímos, com as coisas boas, no fundo é uma palmadinha nas costas porque realmente estamos a ir na direção certa, e acho que é isso, as conquistas, o que é muito difícil de levar um terreiro no sentido econômico, conseguir ter as condições todas para as pessoas porque o clima de Portugal é distinto do Brasil. Temos que ter água quente, água fria. Pronto, temos que ter outras comodidades que algumas zonas do Brasil não é necessário, dada ao clima, não é? Dando exemplo do terreiro novo do santo, em cascais marinhas, os filhos dormem na rua porque geralmente, são no verão em São Paulo, e tá um calor e até sabe bem dormir nas redes. Em Portugal obriga que os terreiros tenham outras condições, portanto, aquecimento, água quente, água fria, obriga a outro tipo de cuidados e cada conquista que vamos fazendo ou equipando o terreiro, é certamente especial. São momentos como esse que celebramos e dos quais nos orgulhamos não é?

6. Sabemos que os terreiros desenvolvem projetos sociais bonitos e de um cunho efetivo para mudança social. Quais são os projetos que o Templo Urubatão tem desenvolvido?

Pedro Brandão - Toda a componente religiosa é mesmo a social. Então, do Templo Urubatão nasce uma associação, que é a ajuda TU que também está no Facebook e no Instagram como ajuda TU que é o braço social do Templo Urubatão, em que iniciou exclusivamente com os, filhos da casa, mas com a intenção de não ser só para Umbandistas, para todas as pessoas, de todas as religiões que precisem de ajuda. Então iniciamos com recolha de alimentos e roupas, e agora, felizmente estamos muito mais avançados, todos os domingos servimos refeições quentes, todos as quartas-feiras apoiamos uma associação dos amigos de rua, a alimentar moradores de rua, levamos cabazes, apoiamos mais de 65 famílias, com cabazes e aos domingos refeições quentes e vamos tentando suprimir as necessidades dessas famílias e de todas as pessoas que nos fazem chegar os seus pedidos de ajuda. Em paralelo com isto, estamos a tentar abrir a nossa loja social, e porque aproveitando as valências, de todos os associados da ajuda TU e dos filhos da casa, uns que são médicos, outros que são advogados, outros que são pedreiros, outros pintores, outros artistas. Criamos uma loja social onde as pessoas podem ter acesso a serviços como: medicina, ginecologia, urologia, e outras especialidades, pediatria, massagens, massagens de osteopatia, massagens aiurvédicas, todo o tipo de serviço portanto, apoio jurídico, para pessoas carenciadas, que não conseguem pagar uma consulta com o advogado, temos alguns advogados na casa que se voluntariaram para prestar esse serviço e felizmente, ainda não conseguimos abrir a loja, porque a segurança social em Portugal ainda não aprovou o nosso estatuto de utilidade pública. A chama IPSS. A ideia é: o maior número de associados para pagar as despesas do espaço, as consultas tem um valor simbólico, 10 euros para associado, 20 euros para os não associados. Como evidência se a pessoa não puder pagar, não paga a consulta. Além do espaço físico da loja que temos, mas ainda não abrimos, temos uma equipa de rua que sai, para estar com os mais idosos para cortar cabelos, arranjar unhas, as mãos, os pés, conversar, ajudar nas compras, portanto todo esse tipo de serviço que por acaso, já estamos a fazer, mas que ainda não temos como base a loja. Mas são esses os projetos que eu me orgulho do Templo de Urubatão. Portanto, uma componente social, muito forte, muito grande, ainda agora em dezembro, fomos a um bairro na periferia, muito carenciado de pescadores, levar presentes de Natal às crianças, promovemos espetáculos para angariar fundos para alimentos para que possamos apoiar cada vez mais as famílias e distribuir mais cabazes, no Brasil chamam de cesta básica, mas nós damos também carne e peixe.

Depois, temos também a parte da formação, quando a loja abrir, eu sou formador, há outros amigos que são formadores credenciados, e a ideia não é só dar o peixe, dar a cana, também. Portanto, tentar que a pessoa no momento mais urgente tenha então um auxílio, mas fornecer também as ferramentas para que possa ter um trabalho melhor, candidatar-se a vagas mais bem remuneradas, e consequentemente ser mais feliz, e poder fazer outro tipo de trabalho que se calhar, de outra forma, seria-lhe mais difícil. Dando-lhe formação profissional em diversas áreas, e é esse o projeto. Daí também a quinta porque depois tá tudo misturado, essa parte da aldeia, é para isso mesmo, para darmos curso de formação, agrícola, de hoteleira, de hotelaria, de lavanderia, costura, cursos de formação, a nível de cozinha por termos filhos chefes de cozinha, desporto, portanto, aproveitando a massa associativa do Templo Urubatão, os filhos da casa, para poder dar o contributo, daquilo que melhor sabem fazer que é os anos de experiência que tem nas suas profissões do dia a dia acatá-los e poder ajudar então, as pessoas dessa forma. Essa é a nossa principal missão, e que tal vertente social que é importantíssima no Templo Urubatão, e que a mim, não me faria sentido de outra forma. Portanto, além de todo o ritual religioso, sagrado. Portanto toda essa componente de acompanhar os filhos e da evolução, nos filhos que assim o entenderem o sacerdócio, ou seja, o caminho que eles entenderem em tomar é a parte mais importante é mesmo a componente social, ajudar sem olhar a quem independente de ser umbandista ou não porque na ajuda TU, as pessoas que nós usamos nem sabem que eu sou sacerdote de uma e que uma grande parte dos associados são filhos de santo, portanto, já temos pessoas de todos os tratos sociais, como associado, da ajuda TU a contribuírem, é felizmente, temos muitas famílias que iniciamos em ajudar e que hoje são das pessoas com o maior ato, dentro da ajuda TU na recolha de alimentos, porque já estão bem e conseguiram superar, ou mesmo que ainda esteja numa fase mais latente, mas podem não ter alimentos, mas tem roupas e mobilizam-se, disponibilizam-se a ajudar, angariando sapatos, roupas para bebês, tudo que é preciso, depois dentro da ajuda TU, apoiamos também outras associações como os meninos de ouro, a ajuda de berço, portanto, bebês órfãos, e aí ajudamos da forma que nos é possível, portanto, angariando alimentos, fraldas, leites que eles tem muita dificuldade, brinquedos, tudo que nos for aparecendo e que esteja em condições a nível de vestuários e brinquedos, até alguns computadores, e bicicletas, portanto, todo esse tipo de equipamento para fazer as crianças mais feliz, e um dia mais tarde que essa pandemia passe, também com o tipo de ações e de voluntariado, peças de teatro, e uma série de outras ideias, e outros projetos que eu tenho em mente porque também apoiamos associações de animais, e acho que faz todo o sentido, até como formador, formar alguns animais e uma das crianças a treinar os cães, dessa forma pra eles poderem concorrer ao serviço militar e policial já com uma formação de instrutores cinotécnicos, e poderem também, caso entendam, não é? Progredir dentro dessa profissão e terem outras possibilidades, outras ferramentas, portanto, ajudá-los a entender que não há limites não é? Dando-lhes também as formações que possam vir a fazer chegar numa Universidade e ajudá-los a sonhar. Mas importante que ajudar a sonhar, é dar-lhes as ferramentas para eles construírem os sonhos. Fazemos isso e tentamos fazer com as crianças e fazemos na ajuda TU com as pessoas que procuram ajuda. Na tal quinta, eu já falo dela como se existisse porque na minha cabeça já existe, uma das grandes componentes vai ser também receber mães vítimas de violência doméstica e e aí sim, ajudar as mães e as crianças, portanto formando as mães, com ferramentas e tentando integrá-las no mercado de trabalho com mais valências, mais competências, mais capacidade para terem uma vida feliz e poderem ser felizes e sonhar.

7. Como se deu a ocupação do sagrado nos espaços online?

Pedro Brandão - A interação do Templo de Urubatão com as redes sociais dá-se de uma forma natural até porque hoje em dia, faz parte do nosso cotidiano. Inicia para dar o conhecimento a abertura do Templo de Urubatão, a mostrar quem somos, onde estamos, o que fazemos, como pensamos, como agimos, o que é Umbanda, inicia assim, para chegar cada vez mais a pessoas e ter outra visibilidade, o que faz parte do nosso dia a dia e do ser humano, as redes sociais, as pesquisas na internet, e agora em época de pandemia, mais do que nunca, com a proibição do templo estar aberto, cria aí os diretos, todos os chats, às quatro da tarde, para falarmos sobre Umbanda e dessa maneira, vamos

mantendo a família coesa, vamos chegando a mais pessoas, vamos dando a conhecer nossa forma de estar na Umbanda, nossa visão de Umbanda e é bom, portanto, mantemos o grupo coeso, damos a conhecer a nossa Umbanda, a Umbanda, o que é Umbanda na visão teológica do Templo Urubatão, e é excelente, portanto, e deu-se de uma forma natural porque as redes sociais tem essa facilidade de aproximar quem está longe, e evoluiu gradualmente. Já estamos a atingir também uma boa audiência, nos diretos, depois com as partilhas, nos grupos de Portugal, e no estrangeiro. E tem sido muito bom, tem ajudado bem a projetar a Umbanda e o Templo Urubatão.

8. Houve algum estranhamento dos líderes no início? Como foi?

Pedro Brandão - Eu creio que não, poderá sempre existir aquela conversa do que se pode ou do que não se pode falar, mas acho que os outros sacerdotes aderiram todos as redes sociais como divulgação, até o grande exemplo do Pai Cláudio de Oxalá, de Braga, foi dos pioneiros, como sendo um dos terreiros mais antigos de Portugal e de maior expressão, e de maior envergadura. A aceitação foi boa, não houve grandes situações, às vezes pode vir um comentário ou outro, de algum sacerdote que não concorda com a minha visão teológica e com a minha forma de estar na Umbanda, mas depois tudo se resume ao facto de eu respeitar a visão deles e eles terem de respeitar a minha, portanto diretamente nunca me foi dito nada. Aliás, o sacerdote com quem tenho maior ligação é mesmo o Cláudio, que sim, às vezes chama-me atenção no bom sentido, e faz referência a uma coisa ou outra, mas depois temos uma discussão saudável, falamos do templo, e como eu lhe digo sempre, ou muda eu, ou muda ele, ou evoluímos os dois, ou então, cada um continua com a sua ideia, sempre com respeito, e o amor mútuo que nutrimos e o carinho, portanto a vida continua. Mas acredito que foi simples a aceitação dos outros sacerdotes, e se não for, olhe, é como se diz paciência. Realmente, cada um faz o seu trabalho.

9. O que muda em termos de liturgia, informações nas páginas virtuais e no terreiro, espaço físico?

Pedro Brandão - Muda muita coisa, a nível de conteúdos, apesar de eu dar sempre um cunho muito pessoal, e dar de mim, no sentido de que é fácil as pessoas entenderem a minha postura e a minha visão, mas eu acredito que a vivência de terreiro é importantíssima. Até pelo respeito da ancestralidade, esses laços que já lhe falei, que se criam da família, é muito importante a vivência de terreiro. E vivenciar o terreiro, respirar o terreiro, ter o pé no chão do terreiro é muito importante. O online permite chegarmos a outras pessoas, manter nesta fase da pandemia, o grupo coeso, mas a nível de informação, e de formação teológica, há muitas informações que eu só passo na casa, aos filhos da casa, em camarinhas, ou outros tipos de rituais específicos para ogãs, ou médiuns de corrente, médiuns de passe que no online não faço porque não me faz sentido, até porque no online, fala-se de uma versão mais abrangente da Umbanda. Dar a conhecer as linhas de trabalhos, as entidades, no terreiro aprofunda-se mais, vamos mais ao cerne da situação que permite, uma linguagem de certa forma mais complexa porque os filhos da casa já estão afinados com a minha forma de estar na Umbanda e de entender a Umbanda, e eles acreditam nela e gostam dela, presumo eu. E então vamos mais a outros tipos de raciocínio, buscando outras religiões, física quântica, portanto é uma Umbanda mais direta, olho no olho, porque acredito que uma das componentes mais importantes da Umbanda é a transmissão oral, que vem também da vertente africana e também das outras vertentes, através de contos, de lendas, da interpretação dessas lendas, dos ensinamentos que os mais velhos nos passam. Como diz o ditado: só se senta para ensinar quem sentou para aprender. Eu acredito a 100% na importância da vivência do terreiro, o estar no terreiro e aprender com as entidades e com os guias. O online não permite o contato com os guias.

10. Quais são as diferenças entre o online e o presencial?

Pedro Brandão - As diferenças são muitas. Em primeiro lugar, a Umbanda é uma religião de toque e o online não permite esse toque, não permite o carinho, um abraço no Preto-Velho, não permite

que eu abrace um consulente, pai de santo, que um irmão me abrace, então há um contacto visual, mas não há o toque físico, não há o carinho, um abraço, um beijo, uma festa na cara, e então essa é a principal diferença. E realmente o trabalho litúrgico da Umbanda requer muito toque das entidades para com os consulentes. Quer a nível do espaço, das defumações, dos conselhos, quem nunca levou um abraço fabuloso de um Preto ou de uma Preta Velha, mesmo que seja um ralhete de um Exu, de um Preto-Velho, de um Caboclo, mas é uma religião muito física, muito toque, então essa parte litúrgica, da prática do sagrado online, na minha visão é muito difícil, podemos levar alguns conceitos de Umbanda, mas não podemos levar uma gira, os trabalhos espirituais para o online.

11. É possível pensar a religião longe do online?

Pedro Brandão - Eu não vejo que seja difícil a prática da religião longe do online. Mas acho que se complementam, principalmente porque eu estou aqui e isto é o que eu faço. É esse o anúncio, é esse o chamamento da ferramenta do online, mas realmente quem quiser ver a Umbanda tem que frequentar um terreiro. Não vejo que seja difícil esse distanciamento. Mas também não faz sentido esse distanciamento. É mais uma ferramenta que eu acho que é crucial.

12. Quais são as consequências do online para o sagrado?

Pedro Brandão - A nível de consequências, vai depender muito do que se faça online. Eu gosto muito do trabalho do Alexandro Cumino, no sentido da Umbanda EAD, da Universidade e dos cursos que ele dá. E acho importantíssimo, principalmente para as pessoas que estão longe, e que não tem acesso a um terreiro, ou que não tem na sua zona de residência um terreiro que queiram frequentar ou estar. Mas como referi a pouco, há coisas que é impossível online. Os cursos de sacerdócio, não concordo com eles, é a minha opinião pessoal, porque o sacerdote faz dentro de uma casa, com os conhecimentos, com os valores de um pai, ou de uma mãe, com o entendimento de um pai, ou de uma mãe, ou das entidades, com o colo das entidades, respeitando sempre a sua individualidade, sua forma de estar dentro da religião e o seu entendimento e forma de ver o espiritual. Pode se dar Teologia online, com certeza que sim. Há montes de coisas, e de conteúdos que se podem passar e se passam muito bem, o Alexandre Cumino é um grande exemplo disso, a nível de cursos e formações que ele passa de ervas e benzimentos, banhos, tantas coisas, mas realmente há conhecimentos que não se podem passar online não por serem segredo, mas porque exige outro tipo de interação. Principalmente a parte da magia. Há uma série de conhecimentos que estão, envolvidos na prática do sagrado da Umbanda, que no online não é possível. Pode-se ensinar e aí também já é discutível que eu não concorde muito. Alguns trabalhos, alguns ebós, ou algumas situações na internet, mas aí tem que se ter algum cuidado, porque as pessoas também tem que ter noção, a responsabilização que eu falei. Ter noção do que estão a falar. Como eu digo muito e dou esse exemplo aos filhos de santo. Quando se manipula a nível magístico a energia de um orixá é como mexer num quadro elétrico, ou seja, um electricista credenciado e que saiba mexer vai mexer perfeitamente no quadro elétrico e resolver o problema. Eu, que não entendo nada de electricidade, vou mexer no quadro elétrico e correr alguns riscos, inclusive no quadro elétrico de vida. Assim é a manipulação e a magia, dentro da Umbanda, portanto, há uma série de leis espirituais que tem que se conhecer de causa e efeito, lei do retorno, tem que se entender a energia do orixá, porque seguindo com o exemplo do quadro elétrico, o orixá atua de duas formas apenas, ou agrega, ou repele. Ou agrega no sentido em que manipulando a sua energia não ferimos essa energia e estamos em sintonia, e vibramos na mesma frequência, e o orixá agrega-nos, ou repele com a mesma agressividade, com que vamos agredir essa energia. Daí, eu não concordo com alguns cursos, algumas coisas que até já se fazem online, mas respeito. Não é o meu entendimento, eu não o faço, passo bastante informação, passo bastante entendimento do que é Umbanda, a minha visão, portanto, dentro da minha raiz teológica, mas continuo a acreditar que há coisas só para dentro do terreiro. Como eu não tenho benefício nenhum econômico dessa situação até eu poderia fazer online, mas não. Eu vivo para Umbanda, eu continuo a acreditar que há coisas que só se aprende, só se fazem dentro de um terreiro, que só se pode aprender determinado tipo de coisa quando se atinge um entendimento e um conhecimento de Umbanda,

para não haver aqueles disparates de usar o orixá como arma de arremesso, ou sequer ter ousadia de pensar, que isso é possível e dirigir-nos ao orixá como um time de futebol, e vemos nas redes sociais, sou filha de Iansã, tu é que escolhes, ou tens a borboleta, ou tens o búfalo, é uma visão, e uma conceção do orixá muito errada porque os orixás são tudo cá de bom na vida, nunca vão fazer mal a ninguém, se houver consequência na manipulação de sua energia, poderá advir daí mal, mas a culpa não é do orixá, que o orixá é maravilhoso. Diz se é bravo é porque é filho de Ogum, ou mais impulsivo, não tem nada a ver com o orixá Ogum, a pessoa é que é mal formada e mal educada. Ogum é tudo que há de bom, é dinâmica, é caminho, força, é tenacidade, é coragem, é verdade, portanto, nunca poderá ser conotado, um filho de Ogum, como uma pessoa impulsiva, agressiva, eu não concordo com esses estereótipos, que se fazem também muito online, e que se vê nas redes sociais, porque revela realmente a falta de entendimento e é a minha opinião, vale o que vale. Relativamente ao que é o orixá, como podemos sentir a energia do orixá na nossa vida, o que é que nós necessitamos aquela energia na nossa vida, o que é que essa energia aporta nas nossas vidas, como é que me ajuda a ser um cidadão, melhor, porque o orixá é isso, não é? Eu dizendo, por exemplo que sou filho de Oxaguiã, não faz de mim, melhor que ninguém. Eu tenho é que me inspirar nessa energia, perceber os valores e incorporar os valores desse orixá, e a Umbanda requer isso mesmo equilíbrio. Ela leva o ser ao equilíbrio. Então, eu tenho que entender o que é energia, e ver o que está em falta em mim, relativamente ao qualquer orixá, independentemente de ser o meu pai de cabeça ou não para estar o mais equilibrado possível. E é isso que o orixá nos traz, é isso que as entidades nos trazem, mas importante que incorporar uma entidade ou acoplar, que eu prefiro o termo acoplar uma entidade é preciso, aí sim incorporar os valores dessa entidade, a humildade, o que elas aportam, os conhecimentos, a sua Jurema, os seus Mestrados, a tudo aquilo isso é mais importante incorporar os valores que eles nos transmitem, uma conduta, uma postura para que possamos ser seres humanos melhores porque na realidade, é isso que nós somos, somos um ser espiritual a vivenciar uma vida terrena com o propósito de uma evolução, então é isso, é ser todos os dias um pouco melhor, tendo a Umbanda como religião, tentar entender a parte teológica da Umbanda na sua verdadeira exceção. Ou seja, não pensar que vou cortar cantos, furar filas, grandes prosperidades, grandes encurtamentos de caminho porque não é isso que a Umbanda faz. A Umbanda ajuda-nos a sermos melhor, ajuda-nos a lidar melhor com o fato das adversidades da vida, e tudo isto não se passa online, só presencialmente.

13. O que esperar da religião nesse formato mediatizado, como ficou tão claro na pandemia?

Pedro Brandão - Relativamente a pandemia, eu já referi há pouco, as redes sociais e o online é importante manter a coesão de grupo e de família é estar presente, é falar, levar a Umbanda. Na pandemia foi mesmo importantíssimo, tem sido o que nos permite continuar de alguma maneira a trabalhar a parte espiritual, e de aprendizado e de partilha e de conhecimentos e de tudo isso.

14. Como explicar o sucesso da tua página no Facebook que conta com mais de 1.900 curtidas e 2.079 seguidores?

Pedro Brandão - O Templo de Urubatão como um terreiro de Umbanda é recente, tem seis anos. O sucesso nas redes sociais, o número de seguidores realmente tem alguma expressão, dado que como sabemos o Facebook hoje em dia, é cada vez mais difícil chegar as pessoas, eles restringem muito o acesso. Quando o Facebook chega a Portugal, ainda me lembro na casa do meu pai, qualquer post chegava a milhões de pessoas, portanto era fácil visualizar, era muito no início, portanto, uma casa de Umbanda que aderisse logo o Facebook no início, rapidamente, tinha 15, 20, 30 mil gostos e e 15, 20, 30 mil seguidores. Hoje, é cada vez mais difícil, tendo em conta que eu também não pago para publicitar, não faço nada dessas partes a nível de publicidade. Tô satisfeito sim com os resultados, honestamente, não ligo muito a isso, utilizo mais as redes sociais, como referi há pouco, onde estamos, quem somos, daí também no Google, como chegar ao Templo Urubatão, tá no Google

Maps, ter a morada para utilizar outras aplicações GPS, como o waze e outras situações, e é isso, é uma ferramenta, todas as formas é bom saber que no final há 2 mil e qualquer coisa pessoas a seguir o nosso trabalho, mas não é esse o foco principal relativamente as redes sociais.

15. Qual a mensagem final que deixaria para o mundo num momento tão delicado como este que estamos vivendo?

Pedro Brandão - Como mensagem principal, o mais importante nesta fase, acho que seja esta fase ou outra qualquer, realmente o mais importante é viver. Aproveitar esta experiência no plano terrestre que Deus nos permitiu através do reencarne, e daí a prova da existência de Deus e que ela é só amor, de que nos permite vir as vezes que forem necessárias para que possamos evoluir e aprender, umas vezes como homem, outras vezes como mulher, seja como for e permitirmos-nos evoluir. A mensagem que eu gosto de deixar, ou que eu gostaria de deixar é que as pessoas vivam, não tenham tudo como dado adquirido, que sejam felizes. Ser feliz não custa nada. Como eu digo muitas vezes aos filhos, abrir a janela, e estar a chover, podemos dizer: maldição está a chover outra vez, ou graças a Deus está chover, não vai faltar água para beber e vou regar minhas plantas. É uma questão de atitude, da energia que despendemos em estar frustrados e tristes, e de mal com a vida é a mesma energia que vamos depender para sermos felizes. É uma questão de escolha lógica. No meu caso é estar sempre bem com um sorriso, evidente que tenho os meus dias, como todas as pessoas, mas mesmo nos dias maus, cada vez vou tendo menos dias maus, consigo ver sempre o positivo, sempre a parte de aprendizado, não é? A Umbanda munuiu-me de ferramentas que eu vou utilizando até porque nem faria sentido, estar a ensiná-las ou tentar passá-las e ensiná-las a outras pessoas e nem utilizar. Seria um pouco estranho, pouco autêntico não é? A vida realmente é um instantinho, estamos cá para aprender, evoluirmos e sermos felizes. Acho que o maior propósito é voltarmos a casa mais felizes do que aquilo que viemos, ou seja, todo esse aprendizado, através do reencarne se resume a isso, é voltar a casa mais feliz do que viemos, porque viemos com um peso, de uma responsabilidade, de uma evolução, não cometer os mesmos erros. Eu acredito que os momentos antes do reencarne devem ser de alguma reflexão e tensão não é? Tendo em conta que sabemos que a nossa memória vai ser condicionada, se não também, não seria genuína, a nossa vontade e a forma como superamos as adversidades, mas é isso mesmo, é sermos felizes. Sermos mais atentos aos outros, se calhar era esta a mensagem que eu gostaria de deixar. Entendermos que estamos todos interligados, o problema do outro é o meu problema, e ter a percepção do outro de uma forma distinta como um igual, na realidade o é, independentemente de cor, orientação sexual, seja o que for. Estamos todos interligados pelo quinto elemento, o elemento hetéreo. É uma grande teia de aranha que nos liga a tudo e a todos. A objetos, a tudo, energias, então como principal tarefa, eu tenho o aprendizado e a evolução, e o ser feliz. Se nesse processo conseguir ajudar o outro e estar presente na vida do outro, então, melhor. É o que eu tenho tentado fazer. É estar presente na vida do outro, da forma como ele me permitir, e que achar pertinente, como é evidente, e que eu também permitir achar que seja pertinente, mas acho que a grande mensagem é essa: é ser feliz, aprender, poder partilhar os bons momentos porque eu acho que a felicidade só é plena quando partilhada, e deixar esses valores. Eu, felizmente, tenho o prazer de ter duas filhas carnais, que é paixão e acho que daqui a uns anos quando eu desencarnar, que seja daqui a muitos anos, no mínimo 200, elas poderem dizer que o pai era um homem bom e porreiro e amigo e que deixou bons valores e que deixou, alguma obra feita nesse sentido, não é? E que pode tocar da melhor maneira a vida, de outras pessoas e ajudar as outras pessoas a serem mais felizes. Sermos gratos com aquilo que Deus nos proporciona, apesar de todas as adversidades, seja pandemia, sejam guerras, seja o que for, retirar sempre o positivo de todas essas situações nos trazem. Vivemos porque agora, estamos privados, utilizando a pandemia como exemplo, de tanta coisa, de carinho, de toque, de poder estar com a família. Lá está, mais uma vez, não ter as pessoas e as coisas como dados adquiridos e levarmos isso para sempre que é, ao tentar ser melhor do que eu era ontem, e conseguir de alguma forma ajudar. Está disponível, a ajudar, e isso muitas vezes também, aos filhos, é: quando eu entrei de cabeça na Umbanda, realmente fiquei mais disponível a ajudar, ou seja, no sentido em que, de um momento para outro, comecei a ver mais ve-

lhinhas, que precisavam de ajudar a carregar as compras, carros que avariavam que eu podia ajudar a empurrar, pessoas que não tinham dinheiro suficiente para pagar a conta do supermercado, e que eu podia ajudar a contribuir para que pudesse levar aqueles produtos para casa, e eu acredito que na realidade, essas pessoas lá sempre estiveram, eu é que não as via, e a Umbanda abriu-me a mente e a consciência e proporcionou-me que eu próprio tirasse determinado tipo de filtros, que me passaram a ver essas pessoas, daí a componente social ser tão grande no Templo Urubatão. Até porque eu na casa do meu pai também, fui um dos percussores, e que de certa forma implementei, mais essa visão social, dentro do terreiro e agora, faz todo sentido que a tenha tão forte dentro do Templo Urubatão. A mensagem que eu tenho pra deixar é: ser feliz, ser humano, ser irmão, e como usamos no Templo Urubatão e na ajuda TU, é mais importante ser que ter, portanto, é mais importante ser um bom pai, ser um bom irmão, ser um bom amigo, ser um bom ser humano, do que ter bens materiais. Os bens materiais fazem falta, podem nos aportar alegria momentânea, ou muita alegria, mas não há nada como ser. E se eu for trabalhador, se eu for competente, se eu for um bom profissional, a parte monetária é uma consequência do meu empenho e do meu brio. Não pensar só na parte monetária, até porque a media que vão adquirindo e consolidando algumas verdades para nós, cada vez menos precisamos de bens materiais para viver. É muito mais importante um sorriso, chegar a casa e ser amado pelos filhos, pela esposa, pelos amigos, pelos vizinhos, do que a parte material, porque depois começamos a ver que depois, precisamos cada vez menos para viver e os afetos e aquilo que realmente podemos fazer pelos outros e o que os outros podem fazer por nós é muito mais importante. Portanto, ser feliz, e ajudar que os outros sejam mais felizes, acho que é a missão mais importante. Ser feliz e fazer as outras pessoas serem felizes.