



UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA – UEPB
CENTRO DE EDUCAÇÃO – CEDUC
DEPARTAMENTO DE LETRAS E ARTES – DLA
GRADUAÇÃO EM LICENCIATURA EM LETRAS/PORTUGUÊS

SARAH VICENTE CABRAL DA SILVA

**O VERBO SE FEZ *POST* E HABITOU ENTRE OS SEGUIDORES:
O FUNCIONAMENTO DO DISCURSO RELIGIOSO NO ESPAÇO VIRTUAL**

CAMPINA GRANDE

2021

SARAH VICENTE CABRAL DA SILVA

**O VERBO SE FEZ *POST* E HABITOU ENTRE OS SEGUIDORES:
O FUNCIONAMENTO DO DISCURSO RELIGIOSO NO ESPAÇO VIRTUAL**

Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia) apresentado à coordenação do curso de graduação em Licenciatura em Letras/Português da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), *Campus I*, Campina Grande, como requisito para obtenção do título de Licenciada em Letras/Português.

Área de concentração: Análise do Discurso

Orientadora: Prof.^a M.a. Bruna Maria de Sousa Santos

CAMPINA GRANDE

2021

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

S586v Silva, Sarah Vicente Cabral da.

O verbo se fez *post* e habitou entre os seguidores [manuscrito] : o funcionamento do discurso religioso no espaço virtual / Sarah Vicente Cabral da Silva. - 2021.

61 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Letras Português) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Educação , 2021.

"Orientação : Profa. Ma. Bruna Maria de Sousa Santos , Coordenação do Curso de Letras Português - CEDUC."

1. Discurso religioso. 2. Espaço virtual. 3. Humor. 4. Cultura pop.
I. Título

21. ed. CDD 401.41

SARAH VICENTE CABRAL DA SILVA

O VERBO SE FEZ *POST* E HABITOU ENTRE OS SEGUIDORES:
O FUNCIONAMENTO DO DISCURSO RELIGIOSO NO ESPAÇO VIRUTAL

Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia) apresentada à coordenação do curso de graduação em licenciatura em Letras/Português da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), *Campus I*, Campina Grande, como requisito à obtenção do título de licenciada em Letras/Português.

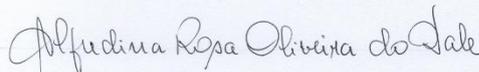
Área de concentração: Análise do Discurso

Aprovada em: 15/10/2021.

BANCA EXAMINADORA



Profª. M.a Bruna Maria de Sousa Santos (Orientadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Profª. Dra. Alfredina Rosa Oliveira do Vale
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Profª. Dra. Tânia Maria Augusto Pereira
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Aos genuínos ministros do evangelho, os
quais empenham a vida para fazê-lo
conhecido.

AGRADECIMENTOS

Recordo-me de quando li pela primeira vez as palavras do apóstolo Paulo em sua carta aos romanos, no capítulo 12 e verso 10, que dizia: “Amai-vos cordialmente uns aos outros com amor fraternal. Prefiram dar honra aos outros mais do que a vocês”. Consigo trazer à memória o quanto essas palavras ecoaram em mim daquele dia em diante e do quanto a noção de honra preenche os meus dias até hoje. Aqui, não poderia ser diferente, estendo os meus votos de honra a quem me ajudou a não chegar sozinha.

Meus votos de honra, ao Senhor Deus, a quem costumo chamar de Pai. Ele sempre esteve norteando cada escolha minha, cada passo meu e me mantendo no processo; era nEle em quem eu pensava enquanto escrevia cada palavra deste trabalho, porque carrego comigo o compromisso de torná-lo conhecido em tudo que flui a partir de mim.

A minha querida orientadora, Bruna Santos, por quem desenvolvi profunda admiração e carinho por ser tão além do seu dever e, com tanta cordialidade, me ofertou seu tempo, suas experiências e suas orientações. Eu definitivamente precisava dessa conexão.

À banca avaliadora desse trabalho, composta pelas professoras Alfredina Rosa e Tânia Maria, as quais eu tenho admiração e referência. Registro meus agradecimentos pelo aceite, me dando a honra de tê-las contribuindo no meu trabalho.

Aos meus amados pais, Jalmar e Edvânia, por todo suporte a amparo, por acreditarem que eu conseguiria e por me permitirem, em todos os aspectos, vivenciar a experiência acadêmica de modo tão leve. Ressalto meus votos de agradecimento, a minha mãe, a qual foi minha primeira professora e me inspirou a seguir o caminho da licenciatura. Eu nada seria sem vocês.

Ao meu irmão, Júnior, e a minha prima, Kamila, a quem tenho como irmã, por me prestarem suporte sempre que precisei e me fazerem descontraír nas fases de tensão.

Aos meus amigos e pastores, Pr.Flávio e Camilla, por não somente me apoiarem, mas por compreenderem meus pedidos de ausência e acreditarem que valeria a pena. De igual modo, estendo minha honra à Igreja que congrego (Batista Shalom), a qual costumo chamar de casa, bem como aos meus amigos, irmãos, líderes e liderados que compõem essa família.

Aos meus amigos de curso, em especial Ana Márcia, Grasyelly Alves, Aliny de Angelys, Gaylha Wégila e Daniella Paiva, essa jornada foi incrível, leve e divertida porque vocês estavam nela.

A todos que de alguma forma, direta ou indireta contribuíram para que eu não somente chegasse até aqui, mas que me ajudaram a chegar satisfatoriamente.

“O dizer não é propriedade particular. As palavras não são só nossas. Elas significam pela história e pela língua. O que é dito em outro lugar também significa nas “nossas” palavras.”

Eni P. Orlandi

RESUMO

Pensando o discurso fora de uma perspectiva cristalizada e não resumida a um sistema fechado, mas compreendendo as suas movimentações como práticas sociais, que constituem o sujeito e a história, direcionamos esta pesquisa, pondo em relevância o discurso religioso e as suas manifestações como objeto de estudo tomado pelo sócio-histórico. Mediante o interesse de perceber o funcionamento do discurso religioso na atualidade, levantamos a pergunta que desponta o problema da pesquisa: qual o funcionamento do discurso religioso, enquanto prática social, no espaço virtual? Para suprir a finalidade deste trabalho, objetivamos de modo geral, analisar seu modo de funcionamento no espaço virtual, espaço esse que define grande parte das interações sociais contemporâneas. Como objetivos específicos, buscamos observar os efeitos de sentido produzidos pelo entrelaçamento entre discurso religioso e humor no espaço virtual; e, ainda, identificar os efeitos de atualidade produzidos no interior desse discurso, a partir do atravessamento de sentidos concernentes à cultura pop. Nesse aspecto, levantamos a hipótese de que o discurso religioso, em movimento nesse espaço, é atravessado por duas discursividades determinantes para o ambiente virtual: o humor e a cultura pop. Uma vez tomado por essas condicionantes, o discurso religioso se apoia nessas discursividades para produzir sentidos que signifiquem em uma sociedade movida pelas determinantes do espaço virtual. Para realizar as análises, ancoramos o estudo nos pressupostos teórico-metodológicos da Análise do Discurso, segundo as bases fundamentais de Michel Pêcheux, e desenvolvemos as seguintes e principais noções teóricas: ideologia e sujeito (PÊCHEUX, 1975 [2014]), espaço significativo (ORLANDI, 2009), redes sociais (RECUERO, 2009), ciberespaço (LEVY, 1999), discurso religioso (MIKLOS, 2012) e (SBARDELOTTO, 2012), humor (PROPP, 1992), e cultura pop (SOARES, 2015). Na composição do arquivo que reúne as materialidades do discurso religioso no espaço virtual, coletamos vídeos de sermões publicados no *Instagram* por meio dos perfis pessoais de líderes religiosos, a saber: Pra. Talitha Pereira, Pr. Cláudio Duarte e Pr. Lucinho. A partir dessa seleção, recortamos sequências discursivas segundo as duas determinantes que levantamos hipoteticamente, delimitando em seis materialidades significantes que nos serviram de *corpus* para a proposta analítica, sendo três para cada categoria de análise. A análise nos permitiu perceber que, segundo os enquadres das novas condições de vida determinadas pelo espaço virtual, o discurso religioso se reconfigura, valendo-se de empréstimos aos elementos da cultura pop e aos efeitos do humor para produzir sentidos e gerar engajamento, interação e identificação com sujeitos que se constituem e se movimentam nesse espaço.

Palavras-chave: Discurso religioso. Espaço virtual. Humor. Cultura pop

ABSTRACT

Thinking about speech outside of a crystallized perspective and not reduced to a closed system, but understanding its movements as social practices that constitute both subject and history, we have directed this research by putting religious speech into relevance and its manifestations as study object as considered by socio-historical. Through the interest of perceiving the functioning of the religious speech today, we raise the question that raises the research problem: what is this the functioning of religious discourse, as a social practice, in the virtual space?. To fulfill the finality this of work, we have set as objective, in a general way, to analyse its functioning mode inside virtual space, since this space defines most of contemporary social interactions. As specific objectives, we intend to observe meaning effects produced by the interweaving of religious speech and humor in the virtual space; we also intend to identify current effects produced within such a discourse, from crossing of meanings concerning to pop culture. In this aspect, we have raised the hypothesis that religious speech, in movement in this space, is crossed by two determining discourses for the virtual space: humor and pop culture. Once taken by these conditionings, religious speech relies on these discourses in order to produce senses with meaning in a society driven by the determinants of virtual space. To perform the analysis, we have anchored the study on theoretical-methodological assumptions of Discourse Analysis, according to fundamental basis of Michel Pêcheux, and have developed the following main theoretical notions: ideology and subject (PÊCHEUX, 1975 [2014]), *significant space* (ORLANDI, 2009), social media (RECUERO, 2009), *cyberspace* (LEVY, 1999), religious speech (MIKLOS, 20120; SBARDELOTTO, 2012), humor (PROPP, 1992), and pop culture (SOARES, 2015). In the composition of the archive that assembles the materialities of religious speech in virtual space, we have collected videos of sermons published on *Instagram* through personal profiles of religious leaders, namely: Pastor Talitha Pereira, Pastor Cláudio Duarte, and Pastor Lucinho. From this selection, we have cut discursive sequences according to the two determinants hypothetically raised, delimiting in six significant materialities which served as *corpus* for our analytical proposal, three for each analysis category. The analysis allowed us to perceive that, according to the frames of new life conditions determined by virtual space, religious speech reconfigures itself by taking advantage of loans from pop culture and humor effects to produce meaning and generate engagement, interaction, and identification with subjects that constitute themselves and move within this space.

Keywords: Religious speech. Virtual space. Humor. Pop culture.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 –	O humor no discurso de Pra. Talitha Pereira	47
Figura 2 –	Elementos de “O Rei leão” no discurso do Pr.Cláudio Duarte	50

SUMÁRIO

1 PALAVRAS INICIAIS	10
2 CONTEXTOS EPISTEMOLÓGICOS DA ANÁLISE DO DISCURSO	13
2.1 Influências teóricas	13
2.2 As três épocas da Análise do Discurso	14
2.3 Conceitos fundamentais da Análise do Discurso	15
2.4 Ideologia e Sujeito.....	16
2.5 Formação Discursiva	17
2.6 Condições de Produção.....	19
2.7 O discurso no espaço virtual.....	21
3 O DISCURSO RELIGIOSO NO ESPAÇO VIRTUAL: HUMOR E CULTURA POP.....	24
3.1 O discurso religioso no espaço virtual.....	24
3.2 Redes sociais e suas implicações	26
3.3 O humor	28
3.4 Cultura Pop.....	30
4 TRAJETO METODOLÓGICO.....	34
4.1 Composição do <i>corpus</i> de arquivo.....	35
4.2 Procedimentos analíticos	36
5 ANÁLISE DO DISCURSO RELIGIOSO NO ESPAÇO VIRTUAL.....	39
5.1 Efeitos de humor	39
5.2 Efeitos de atualidade, pelo viés da cultura pop.....	48
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	57
REFERÊNCIAS.....	60

1 PALAVRAS INICIAIS

O discurso religioso (doravante “DR”) sempre esteve presente nas sociedades, marcando as eras e os povos, significando e condicionando as práticas sociais. No Brasil, especificamente, pelo que podemos constatar, a religião perpassa a história do país desde as épocas de colonização, firmando as raízes cristãs e ocupando uma posição significativa na cultura brasileira. Nas palavras de Silva e Nalini (2015, p.65), essa posição foi perdendo a sustentabilidade à medida que “o século das luzes, com o privilégio da razão”, foi tomando espaço na sociedade e na mentalidade dos indivíduos.

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

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

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

Dessa forma, não é de se surpreender que esse movimento aconteceria também no espaço virtual, nas redes sociais e na era midiática na qual vivemos. É inegável que esse movimento entre o ambiente empírico e o ambiente virtual tem acontecido com grande potência, quando deslocamos o olhar para o funcionamento do discurso religioso na atualidade. Se o discurso é compreendido como prática social que “torna possível tanto a permanência e a continuidade quanto o deslocamento e a transformação do homem e da realidade em que ele vive” (ORLANDI, 2020, p.13) é por meio da Análise do Discurso que observaremos o funcionamento do discurso religioso na realidade atual.

Ao observar a crescente presença do DR nas mídias, especificamente nas redes sociais, foi que ascendemos o interesse em desenvolver uma pesquisa que nos permitisse observar com

mais precisão a performance com que esse discurso se move nos espaços virtuais. Foi a partir dessa observação em perceber a crescente presença desse discurso nas mídias, que nos surgiu a inquietação e o questionamento problema que norteia nossa análise, a partir da seguinte reflexão: Se o discurso religioso movimenta-se, agora, para além do ambiente empírico/eclesiástico, ascendendo suas práticas no virtual, então, como as práticas sociais, mediadas pela tecnologia, influenciam a (re)configuração do discurso religioso ante a era virtual?

A partir dessa busca em observar seu funcionamento, nos deparamos com aspectos que nos condicionaram a levantar a seguinte hipótese: O discurso religioso é atravessado por algumas determinantes, que surgem por meio das condições que o espaço virtual impõe. Delimitamos, portanto, essas determinantes em duas categorias que tomaremos como base para as nossas análises: (1) Os efeitos de humor e (2) os efeitos de atualidade, pelo viés da cultura pop. Na expectativa de suprir nosso questionamento, delineamos como objetivo geral dessa pesquisa analisar o funcionamento do discurso religioso no espaço virtual, observando, especificamente, como ele se articula com os efeitos do humor e os recursos que a cultura pop fornece; ao se valer desses objetivos, veremos como essas articulações entre humor e cultura pop servem de estratégia discursiva para fidelizar seguidores, em outras palavras, para transformar seguidores em fiéis.

À medida que coletávamos o *corpus*, construíamos o arquivo e desenvolvíamos as reflexões teóricas, observávamos que a presença do discurso religioso nas mídias apresenta uma grande carga significativa para os que consomem a mensagem nas redes. Como já mencionado, no ato de se movimentar no espaço virtual, o discurso religioso fornece aos internautas uma experiência com o divino em um ambiente que não é necessariamente eclesiástico; e é dessa forma que os sujeitos encontram Deus: por trás de uma tela e após um click.

É por meio dessas percepções iniciais que justificamos a produção desse trabalho, que se desmembra sob a ótica de que em tempos midiáticos, as práticas sociais ascendem sob as plataformas virtuais e, o discurso religioso, não isento de tempos estes, é também tomado por essa nova maneira de movimentar suas práticas. Bem como consideramos, a necessidade de deslocar as perspectivas a respeito desse discurso, para uma perspectiva não cristalizada do discurso religioso e suas práticas, mas construir um novo olhar que relaciona o religioso e o midiático.

Mediante a perspectiva metafórica, de que Deus está por trás uma de tela, justificamos a escolha do título dessa pesquisa: *O verbo se fez post e habitou entre os seguidores*. Construimos, portanto, uma releitura da primeira parte da passagem bíblica do livro de João,

capítulo 1: “O verbo se fez carne e habitou entre nós.”. Se em outros tempos, o próprio Deus caminhou entre nós, agora, por meio do discurso religioso, podemos encontrá-lo entre os *bits* que constroem as redes sociais. Nesse sentido, é preciso creditar, também, os estudos de Sbardelotto (2012)¹, dos quais surgiram não só a inspiração para o título deste trabalho, mas também importantes referências para discutir a experiência religiosa na internet.

Esse trabalho está organizado em cinco partes. A primeira parte apresenta uma incursão teórica sobre os contextos epistemológicos da Análise do Discurso, na qual discutimos sobre conceitos basilares que perpassam sobre as noções de ideologia e sujeito, formação discursiva e condições de produção, servindo de aporte para a sustentação de todo o percurso analítico da pesquisa.

Na segunda parte, refletimos teoricamente sobre o espaço virtual, suas implicações para o DR, e o modo como o humor e a cultura pop permeiam esse ambiente. Na terceira parte, apresentamos o percurso metodológico de construção do nosso dispositivo analítico, bem como o processo da composição do *corpus* de arquivo.

Na quarta parte, procedemos a análise do discurso religioso no espaço virtual, considerando as categorias analíticas (1) efeito de humor e (2) efeito de atualidade, pelo viés da cultura pop. Por fim, apresentamos nossas considerações finais acerca do discurso religioso e seu funcionamento no espaço virtual.

¹ O livro de Sbardelotto (2012), que serviu de inspiração para a criação do título desta monografia possui o título “*E o verbo se fez bit: A comunicação e a experiência religiosa na internet*”.

2 CONTEXTOS EPISTEMOLÓGICOS DA ANÁLISE DO DISCURSO

Com a finalidade de traçar um percurso das influências teóricas da Análise do Discurso (AD) francesa, faremos, de modo conciso, uma breve trajetória do surgimento da AD, na expectativa de suprir os pontos principais que servirão de base para compreensão da disciplina, apontando para os pilares de sua origem e fundamento.

2.1 Influências teóricas

A Análise do Discurso (AD) tem sua origem na França, na década de 1960, e tem o nome do filósofo Michel Pêcheux como precursor da construção das noções fundamentais da AD. Em um contexto sociopolítico que permeava a França nos anos 60, emerge o projeto da disciplina em questão. Pêcheux, como filósofo imbuído das teses marxistas, fomenta as primeiras discussões da AD com base no materialismo histórico, articulando-o à linguística e à psicanálise.

Nesse contexto, a disciplina surge do aprofundamento que Pêcheux (2014) dedica aos estudos de althusseriano, os quais, segundo Mussalim (2012, p.115), partem “do pressuposto de que as ideologias têm existência material, ou seja, devem ser estudadas não como ideias, mas como conjunto de práticas materiais”. Dando consequência a esse pensamento, Pêcheux observa a teoria da ideologia materializada nas práticas sociais, em especial, nas práticas languageiras, entendidas como o meio pelo qual a ideologia se materializa.

Esse é o ponto de partida para uma teoria materialista da linguagem, a partir da qual emerge a noção de discurso, definida por Pêcheux (2014a) como materialidade específica da ideologia, responsável por constituir um sujeito não individual, mas histórico e ideológico. Sobre essa relação entre linguagem e ideologia, fundada em Althusser, que constrói os pilares da AD, Mussalim (2012) afirma:

A linguagem, então, aparece como um horizonte para o projeto althusseriano da seguinte maneira: como a ideologia deve ser estudada em sua materialidade, a linguagem se apresenta como lugar privilegiado em que a ideologia se materializa. A linguagem se coloca para Althusser como uma via por meio da qual se pode apreender o funcionamento da ideologia. (MUSSALIM, 2012, p.116)

Sobretudo, vale destacar que Pêcheux rompe qualquer concepção que empreenda a relação direta linguagem e discurso, isto porque, o objeto de estudo da AD nasce em um “terreno que intervêm questões teóricas relativas à ideologia e sujeito.” (MUSSALIM, 2012, p.117). A concepção de língua, sob o viés discursivo, afasta-se fundamentalmente daquela

empreendida pelo estruturalismo saussureano, para o qual a língua é concebida como um sistema autônomo, não afetado pelo externo. Desse modo, “calcada no materialismo histórico, a AD concebe o discurso como uma manifestação, uma materialização da ideologia decorrente do modo de organização dos modos de produção social.” (MUSSALIM, 2012, p.122)

Além da articulação fundante com o materialismo histórico, a AD também se articula com as contribuições da psicanálise, de Jacques Lacan, baseada em Freud, que concebe o sujeito como clivado e dividido entre o consciente e o inconsciente. Essa concepção de sujeito fornece, para a AD, a compreensão de um sujeito cindido, atravessado por diferentes discursividades e, por isso mesmo, contraditório e assujeitado à língua, à história e à ideologia. O inconsciente tem papel fundamental nessa concepção, uma vez que é entendido como o lugar onde o outro fala, dessa forma, na composição da AD, a identidade do sujeito é formada a partir do inconsciente, tomado pelo discurso-outro, determinando, sobremaneira, o seu dizer:

Sendo assim, o sujeito do discurso não poderia ser considerado como aquele que decide sobre os sentidos e as possibilidades enunciativas de seu dizer, mas como aquele que ocupa um lugar social e a partir dele enuncia, sempre inserido no processo histórico que lhe permite determinadas inserções e não outras. (MUSSALIM, 2012, p.122)

Fundamentada no entremeio do materialismo histórico, da linguística e da psicanálise, surge essa disciplina, com o olhar no sujeito tomado pela ideologia, materializada na linguagem, na qual se materializa o discurso, encontrado em sua exterioridade constitutiva. A seguir, apresentaremos uma síntese das três fases por onde passou a construção da AD.

2.2 As três épocas da Análise do Discurso

Em seus processos de construção e reconstrução de fundamentos e conceitos, a AD percorreu especificamente três épocas: AD1, AD2 e AD3, nas quais perpassa a construção da disciplina.

Na primeira época (AD1), a perspectiva de “maquinaria discursiva” permeia as primeiras noções atribuídas ao objeto de estudo, de modo a considerar a existência de “um dispositivo capaz de determinar, sempre numa relação com a história, as possibilidades discursivas dos sujeitos inseridos em determinadas formações sociais.” (MUSSALIM, 2012, p.118), ou seja, um dispositivo capaz de fazer uma análise automática do discurso. Surge, portanto, a influente tese de Pêcheux em 1990 intitulada: *Análise Automática do Discurso*.

Essa primeira noção formou-se como resultado oriundo das influências estruturalistas da época de 1969.

Na segunda época (AD2), a noção de “formação discursiva” (FD), um empréstimo de Michel Foucault, aparece desestruturando a perspectiva de “maquinaria discursiva”, uma vez que a base principal do conceito de FD se constitui na relação com o exterior. Nessa fase, o “já-dito” ou “pré-construído” surge como interdiscurso nas formações discursivas “para designar o ‘exterior específico’ de uma FD, enquanto este irrompe nesta FD para construí-la em lugar de evidência discursiva, submetida à lei da repetição estrutural fechada” (PÊCHEUX, 1997, p.314) dessa forma, o sujeito ainda é concebido como assujeitado à maquinaria discursiva.

Por fim, na terceira fase (AD3), a noção de “maquinaria discursiva” é desconstruída e a noção do sujeito em relação à memória é colocada em questão e se fortalece sob a ideia do sujeito heterogêneo e “a ideia de homogeneidade atribuída à noção de condições de produção é definitivamente abandonada” (FERNANDES, 2008, p.89). Dessa forma, na concepção do sujeito não capaz de controlar suas formações enunciativas, fundamenta a noção de que há no sujeito uma “insistência de um ‘além’ interdiscursivo que vem, aquém de todo autocontrole funcional do ‘ego-eu’ (...)” (PÊCHEUX, 1997, p.316).

Nessas três épocas, constituíram-se as formações fundamentais da AD, nas quais Fernandes (2008, p.86) ressalta que “não se definem precisamente por uma divisão cronológica, elas refletem essencialmente a elaboração e reelaboração dos conceitos que constituem o aparato teórico e metodológico desse campo do saber”. No próximo tópico, discutimos os conceitos fundamentais da AD que norteiam as pesquisas nesse campo disciplinar.

2.3 Conceitos fundamentais da Análise do Discurso

Pensar o discurso fora de uma perspectiva cristalizada, que o concebe como a produção de enunciados restritos a um campo de comunicação rebuscado e eloquente, é pensá-lo como produto externo à língua e encontrado no social, no histórico e conseqüentemente no ideológico. Nessa maneira de apreender esse objeto de estudo, foi que Michel Pêcheux reorganizou as relações entre o estudo da língua, da filosofia e das ciências sociais, na proposição de obter um novo campo disciplinar, dando assim origem à AD.

A princípio, é necessário pensar no deslocamento da concepção de ideologia do saber filosófico e sociológico para o campo do discurso, com a finalidade de perceber como os processos ideológicos constituem sentido e sujeito em suas múltiplas maneiras de significar o

mundo e a si mesmo. Nesse campo disciplinar, a ideologia atua como meio que interpela o indivíduo em sujeito, concedendo-lhe a possibilidade de significar, tendo em vista que a ideologia é o mecanismo estruturante da significação (ORLANDI, 2020), ou seja, é a partir de nossa inscrição em determinada ideologia que podemos atribuir sentidos. Portanto, para a AD, não há o indivíduo em sua existência individualizada no mundo, mas um sujeito dividido, inserido em conjunturas sociais, históricas e ideológicas, instado a significar pela ideologia e atravessado pela sua relação com a história e com a língua.

Para essa formulação, Pêcheux buscou em L. Althusser o que lhe serviu de fonte: só há prática através da ideologia e só há ideologia por meio e para sujeitos. O discurso é, portanto, “o lugar em que se pode observar essa relação entre língua e ideologia” (ORLANDI, 2020, p.15). Com sua fonte em Althusser, Pêcheux fundamenta a tese materialista dos processos discursivos ao constatar que a ideologia recebe espaço para a sua materialização nas práticas discursivas, que, por sua vez, materializa-se na linguagem. Para o filósofo, “as ideologias não são feitas de ‘ideias’, mas de práticas” (PÊCHEUX, 2014, p.130). Essa relação de materialização da ideologia no discurso e do discurso na linguagem, concebe o sujeito como categoria constitutiva que realiza a ideologia, utilizando-se de práticas languageiras.

2.4 Ideologia e Sujeito

Diante desses fundamentos, os estudos da AD relacionam a constituição de sentido com a constituição de sujeito, visto que ao significar o sujeito se significa, esse acontecimento mútuo, por meio da ideologia, dissimula a presença da própria ideologia, já que ela mesma atua de modo a produzir evidências que causam no sujeito a ilusão de ser a origem do que enuncia, o que Pêcheux assim designou como *efeito Münchhausen*, um empréstimo ao mito alemão, que conta a respeito de um personagem que na insana dualidade entre realidade e fantasia, relata sobre sua fuga do pântano e do momento em que afunda junto com seu cavalo mas que por fim, consegue se auto resgatar, puxando seu próprio cabelo. Nesse empréstimo que Pêcheux faz do mito alemão, para construir a analogia do *efeito Münchhausen*, é que ele usa para referenciar a ilusão ideológica que coloca “o sujeito do discurso como origem do sujeito do discurso” (PÊCHEUX, 2014, p.144).

Pêcheux apresentou um o conceito que é basilar para a noção de formulação de sentido, isto é, o conceito de esquecimento no discurso. O teórico divide esse conceito em duas formas: 1) Esquecimento ideológico, que presume em dizer que o fato do sujeito ser afetado pela

ideologia, dissimula a determinação ideológica sobre o sujeito, causando o que Orlandi (2020), analogicamente denomina de sonho adâmico: o de estar na inicial absoluta da linguagem, isto é, “temos a ilusão de ser a origem do que dizemos quando, na realidade, retomamos sentidos preexistentes” (ORLANDI, 2020, p.33) e, 2) Esquecimento enunciativo, também um esquecimento ilusório, que faz parecer a relação palavra e coisa uma relação natural e única, o sujeito sob esse efeito do esquecimento enunciativo, acredita que o que se diz só pode ser dito de uma maneira e não de outra. Sobre isso Orlandi (2020) afirma que:

Esse esquecimento produz em nós a impressão da realidade do pensamento. Essa impressão, que é denominada de ilusão referencial, nos faz acreditar que há uma relação direta entre o pensamento, a linguagem e o mundo, de tal modo que pensamos que o que dizemos só pode ser dito com aquelas palavras e não outras, que só pode ser assim. (ORLANDI, 2020, p.33)

Visto que “o sujeito se constitui pelo ‘esquecimento’ daquilo que o determina” (PÊCHEUX, 2014, p.150) e sendo ele determinado/interpelado pela ideologia, podemos dizer que a produção de sentidos de um discurso funciona sob a esteira ideológica em que o sujeito se insere e por essa razão, a constituição de sentido não é transparente, mas é revelada nas formações discursivas (FD), que representam as formações ideológicas, nas quais os sujeitos são afetados. É na formação discursiva que os sentidos *fazem sentido*, determinando o que pode e deve ser dito. Nessa relação constituída por ideologia e discurso, e sobre a qual discutiremos no tópico a seguir, Pêcheux afirma:

É a ideologia que fornece evidências pelas quais ‘todo mundo sabe’ o que é um soldado, um operário, um patrão, uma fábrica, uma greve etc., evidências que fazem com que uma palavra ou um enunciado ‘queiram dizer o que realmente dizem’ e que mascaram, assim, sob a ‘transparência da linguagem’. (PÊCHEUX, 2014, p.146).

2.5 Formação Discursiva

Pensar na constituição de sentido no discurso é, antes de tudo, pensar que os sentidos das palavras, expressões e proposições, como exemplifica Pêcheux, não possuem literalidade, não significam em si mesmas e não são homogêneas. As evidências produzidas pela ideologia, “que fazem com que uma palavra ou um enunciado ‘queiram dizer o que realmente dizem’.” (PÊCHEUX, 2014, p. 146) e que assim são transparentes para o sujeito, dependem do que o filósofo denomina de “o todo complexo das formações ideológicas”. O autor aponta para essa dependência: sentido e ideologia, elucidando duas teses: 1) “O sentido de uma palavra, de uma

expressão, de uma proposição etc., não existe ‘em si mesmo’.” (PÊCHEUX, 2014, p.146), mas é movido conforme as posições ideológicas nas quais as palavras e os sentidos são produzidos; isso significa dizer que ao fazer uso da linguagem para significar o mundo e produzir sentidos, os sujeitos discursivos inscritos em formações ideológicas, empregam sentidos às palavras que, conseqüentemente, recebem referências às formações ideológicas, a partir das quais foram realizadas/produzidas.

Nesse ato de empregar sentidos às palavras, tomado pelas posições ideológicas, nasce o sentido de formação discursiva (FD), que Pêcheux (2014, p.147) conceitua como: “[...] aquilo que, numa formação ideológica dada, isto é, a partir de uma posição dada em uma conjuntura dada [...] determina o que pode e deve ser dito”. Podemos dizer, conforme Orlandi (2020), que as formações discursivas representam no discurso as formações ideológicas e dessa forma, os sentidos das palavras estão para além delas, são marcados pela exterioridade da discursividade e encontrados no ideológico. Para esse fundamento sobre os sentidos das palavras, Pêcheux sustenta a primeira tese afirmando:

Isso equivale a afirmar que as palavras, expressões, proposições etc., recebem seu sentido da formação discursiva na qual são produzidas [...] diremos que os indivíduos são ‘interpelados’ em sujeitos-falantes (em sujeito de *seu* discurso) pelas formações discursivas que representam ‘na linguagem’ as formações ideológicas que lhes são correspondentes (PÊCHEUX, 2014, p.147)

Na continuidade das teses, o filósofo estabelece: 2) Toda formação discursiva dissimula, pela transparência do sentido que nela se constitui, sua dependência com respeito ao “todo complexo dominante” das formações discursivas. Para compreender essa segunda tese, é preciso *a priori* explicitar o que Pêcheux propõe como “todo complexo dominante”, é o que ele denomina de “interdiscurso”. Isso significa dizer que as FD esfumam o fato de que se constituem em dependência a uma rede sentidos, a uma rede de memória discursiva, que abrange tudo o que é possível significar e ser dito, um saber discursivo – o interdiscurso – que compõe as condições de produção nas quais as formações discursivas acontecem, atuando, segundo Pêcheux, como “[...] ‘algo que fala’ (*ça parle*) sempre ‘antes, em outro lugar e independentemente’ ”. (PÊCHEUX, 2014, p.149). Em outras palavras, o “já-dito”, como caracteriza o próprio filósofo, em outros dizeres, em outras condições de produção, por meio de vários sujeitos, afeta e significa de certo modo o intradiscurso, ou seja, aquilo que está sendo produzido no agora, no fio discursivo. Contribuindo para a compreensão desse conceito, Orlandi (2020, p.31) afirma que “o interdiscurso é todo o conjunto de formulações já feitas e já

esquecidas que determinam o que dizemos. Para que minhas palavras tenham sentido é preciso que elas já façam sentido”.

2.6 Condições de Produção

Composta pela relação entre formação social (institucional), língua sujeita à falha (material) e mecanismo imaginário, as condições de produção dos discursos (CP) funcionam movidas por esses aspectos que contribuem no processo de significação. Como já mencionamos, para a AD, pensar em discurso é pensar na exterioridade e dessa forma, as condições de produção do discurso “compreendem fundamentalmente os sujeitos e a situação” (ORLANDI, 2020, p.28). Segundo a autora, as CP podem ser consideradas no sentido estrito, isto é, o contexto imediato da enunciação e no sentido amplo, que relaciona o sócio-histórico e ideológico.

Ao explicitar os conceitos introdutórios da AD, Pêcheux (2014) afirma que todo discurso é sempre produzido por meio de condições de produção e remetido às relações de sentido que se associam sempre a outros discursos, sendo impossível haver uma origem propriamente dita. “Em outros termos, o processo discursivo não tem, de direito, início: o discurso se conjuga sempre sobre um discurso prévio, ao qual ele atribui o papel de matéria-prima [...]” (PÊCHEUX, 1997, p.77). Orlandi, contribui afirmando:

Segundo essa noção, não há discurso que não se relacione com outros. Em outras palavras, os sentidos resultam de relações: um discurso aponta para outros discursos que o sustentam, assim como para dizeres futuros. Todo discurso é visto como um estado de um processo discursivo mais amplo, contínuo. Não há, desse modo, começo absoluto nem ponto final para o discurso. Um dizer tem relação com outros dizeres realizados, imaginados ou possíveis (ORLANDI, 2020, p.37).

Ao fazer uso do esquema informacional para analisar os elementos estruturais pertencentes às condições de produção, constituído de: destinador, destinatário e referente, Pêcheux (1997) afirma que, na AD, não há “mensagem como transmissão de informação”, mas “o termo discurso, que implica que não se trata necessariamente de uma transmissão de informação entre A e B mas, de modo mais geral, de um efeitos de sentidos entre os pontos A e B.” (PÊCHEUX, 1997, p. 82), sendo A e B os lugares que os sujeitos discursivos assumem na “estrutura de uma formação social”, lugares estes não empíricos, mas nas formações imaginárias que funcionam por meio dos mecanismos: relação de força e de antecipação.

Nesses efeitos de sentidos entre os locutores, as formações imaginárias “designam o lugar que A e B se atribuem cada um a si e ao *outro*, a imagem que eles se fazem do seu próprio lugar e do lugar do outro” (PÊCHEUX, 1997, p.82) e essas formações, munidas de seus mecanismos, constitui o funcionamento das condições de produção. No mecanismo da antecipação, o ato de se colocar no lugar do outro, no lugar de para quem se enuncia, o sujeito articula seu dizer de modo a suprir a expectativa que ele supõe que o outro espera do que seja dito, para isso “todo processo discursivo supunha, por parte do emissor, uma antecipação das representações do receptor sobre a qual se funda a estratégia do discurso” (PÊCHEUX, 1997, p.84).

Isso significa dizer que, nessa relação imaginária mútua, o dizer se produz na imagem que o emissor tem da imagem que seu receptor tem daquilo que ele diz. Orlandi (2020), ao apontar o efeito do mecanismo da antecipação, afirma:

E isto faz com que ele ajuste seu dizer a seus objetivos políticos, trabalhando esse jogo de imagens. Como em um jogo de xadrez, é melhor orador aquele que consegue antecipar o maior número de “jogadas”, ou seja, aquele que mobiliza melhor o jogo de imagens na constituição dos sujeitos (no caso, eleitores) esperando-os onde eles estão, com as palavras que eles “querem” (gostariam de, deveriam etc.) ouvir. (ORLANDI, 2020, p.39-40).

No outro mecanismo das formações imaginárias, *as relações de força*, se constituem as posições que o sujeito integra no seu dizer. Essas posições (socialmente reconhecidas) autorizam e/ou concedem poder ao sujeito que as ocupa: “Assim, se o sujeito fala a partir do lugar de professor, suas palavras significam de modo diferente do que se falasse do lugar do aluno” (ORLANDI, 2020, p.37). Sobre essa questão, Pêcheux (1997, p.82) menciona que “existe nos mecanismos de qualquer formação social, regras de projeção, que estabelecem as relações entre as *situações* (objetivamente definíveis) e as *posições* (representações dessas situações)”. Essas projeções presentes no discurso, perpassam de situações empíricas para posições do sujeito, não são os lugares em si que significam nas relações força, mas a posição discursiva que abarca o contexto sócio-histórico e ideológico.

Desse modo, importa considerar as condições de produção de um discurso, porque é a partir delas que se constrói o sentido numa dada conjuntura. Sobretudo na AD, põe-se em relevância as CP no sentido amplo, que incluem os fatores sócio-histórico, ideológico e a memória discursiva (o “já-dito”) para, assim, identificar onde estão os sentidos para além da superfície, possibilitando atravessar o campo da evidência.

2.7 O discurso no espaço virtual

Partindo da compreensão de que é na relação entre o interdiscurso e a conjuntura sócio-histórica e ideológica em que se constroem as condições de produção, a partir das quais é possível significar e produzir sentido, é preciso pensar no modo como o espaço (empírico) de produção do dizer e dos sentidos contribui para as práticas discursivas. De modo a elucidar as condições pelas quais se produz o discurso no espaço virtual, traremos a noção de espaço significativo que Orlandi (2009) propõe para apontar os efeitos que o espaço provoca na constituição de sujeitos e de sentidos.

Face ao ambiente/espaço, o sujeito tomado pelas formações imaginárias que atribui sobre si, sobre o outro e sobre o lugar onde produz o seu dizer, é tensionado em suas práticas discursivas a produzir sentidos por meio das condicionantes que o espaço significativo direciona. Para Orlandi (2009, p.16), o espaço é “parte do acontecimento discursivo”, por isso ele não é meramente físico, mas, com grande relevância, significativo. Imbricado nessa noção de espaço significativo, a autora chama de enquadramento as determinações e possibilidades que o sujeito vivencia no espaço significativo, em suas múltiplas formas de significar.

A maneira como as pessoas se posicionam em uma fila para retirar seu dinheiro no banco ou a maneira como as pessoas se posicionam em uma fila, desde a madrugada, para conseguir uma vaga para seus filhos em uma escola pública, são diferentes porque constituem espaços de significação urbanos diferentes, com diferentes efeitos de sentido. [...] Daí se conclui, portanto que o espaço significa, tem materialidade e não é indiferente em seus distintos modos de significar, de *enquadrar* o acontecimento. (ORLANDI, 2009, p.16)

Acessando, portanto, as noções fundamentais da AD, as quais apontam para um sujeito ideologicamente constituído, a relação espaço-sujeito não se afasta das cargas ideológicas que se arrolam sobre os sentidos e significados, e assim, desloca o sujeito para o que a autora denomina de disposição significativa, isto é, os efeitos da ideologia que move o sujeito no espaço significativo. Considerando o espaço enquanto condição de produção do discurso, não podemos interpretá-lo como paisagem ou como espaço vazio de influências: o ambiente de produção é, portanto, “afetado pelo simbólico e pelo político dentro da história e da sociedade” (ORLANDI, 2009, p. 19).

Tomando, pois, o espaço no qual se desdobram as discursividades como CP, caminharemos em direção à noção de *ciberespaço*, atribuída por Lévy (2010) como “espaço de comunicação aberto” (LÉVY 2010, p.94), que independe de um espaço geográfico definido, possibilitando que “comunidades dispersas possam comunicar-se por meio do

compartilhamento de uma telememória, na qual cada membro lê e escreve, qualquer que seja sua posição geográfica” (LEVY, 2010 p.96). Potentes o suficiente para encontrar-se desterritorializada, como concebe o autor, as práticas discursivas, que se movem nesse ambiente virtual em troca de informações, não possuem um lugar e são capazes “de gerar diversas manifestações concretas em diferentes momentos e locais determinados, sem, contudo, estarem presas a um lugar ou tempo em particular.” (LEVY, 2010, p.49).

Essa desterritorialização do espaço virtual² afeta os sujeitos e a produção de sentidos, conforme observam França e Grigolletto (2018), quando afirmam que, na relação imaginária de um espaço não encontrado empiricamente, os sujeitos conectados produzem significados condicionados pelo modo como a desterritorialização afeta a imagem de si, do outro e desse ambiente não localizado no tempo e no espaço (como é o caso das redes sociais, por exemplo), e conseqüente, como já dito, o discurso produzido no espaço virtual é tomado, principalmente, pela condicionante de um lugar “onde tudo é possível”. Para tanto, França e Grigolletto (2018, p.43) contribuem afirmando:

A imagem do espaço virtual como desterritorializado entra em relação com uma autoimagem dos usuários-sujeitos, produzindo um efeito de sentido de liberdade para se fazer o que se deseja fazer, sem que esse desejo precise ser freado por alguma norma ou lei. (FRANÇA e GRIGOLLETO, 2018, p.43)

Diante das reflexões postas, concluímos que o espaço virtual atua como condição de produção dos discursos ali produzidos. Nessa esteira, trazemos a noção de que a mídia virtual, trabalha de modo a produzir sentidos para a articular as determinações do/no virtual (NETO, 2008). Corroborando com esse raciocínio, Matta (*apud* NETO, 2008, p.91) afirma que o virtual não atua “em seu caráter de transportador de algum sentido [...] ou como espaço de interação entre produtores e receptores, mas como [...] racionalidade produtora e organizadora de sentido.” Transpondo essa discussão para termos discursivos, entendemos que essa racionalidade produtora e organizadora de sentido constitui, na realidade, a instância das condições de produção, que não atuam como se fossem uma entidade dotada de intencionalidades, mas como o horizonte de possibilidades do dizer, determinado pela própria

² Tomamos o termo espaço virtual, segundo a perspectiva de Lévy (1996), que concebe o virtual como o que existe em potência, isto é, na potencialidade do que pode vir a ser. “O virtual não se opõe ao real, mas sim ao atual” (LEVY, 1996, p.5), e é sob essa noção que adotamos o termo espaço virtual e não digital, por exemplo, já que o digital só acontece por meio de “uma série de códigos informáticos” (LEVY, 1996, p.22) diferente do virtual, que é real por natureza e em sua potencialidade “eclode com a entrada da subjetividade humana” (LEVY, 1996, p.23).

ideologia. Dessa forma, o espaço virtual como condicionante das práticas discursivas, produz sentidos e significados próprios, movendo o sujeito a produzir discursos, conforme as determinações e tensões do virtual.

3 O DISCURSO RELIGIOSO NO ESPAÇO VIRTUAL: HUMOR E CULTURA POP

No movimento que o DR faz no espaço virtual e nos entraves entre religião e mídia, surge uma nova maneira de produzir esse discurso, tomado por enquadres que determinam as produções no virtual. Considerando os fatores que determinam essas produções, refletiremos a seguir, construindo um percurso teórico que nos permitirá observar as (re)configurações do discurso religioso no ambiente virtual.

3.1 O discurso religioso no espaço virtual

Ao pensar em espaço virtual ou *ciberespaço*, como atribuído por Lévy (2010), como o lugar onde “tudo é possível”, somos levados a refletir no modo de acesso a esse mundo das infinitas e livres possibilidades. Para nos levar a esse caminho de breve reflexão, asseguramos na noção de conectividade, construída por Dias (2016), e os efeitos dela sobre os sujeitos, de modo que ela é “um fator estratégico para o desenvolvimento das nações e para o desenvolvimento humano”, transformando-se em condição de vida material (DIAS, 2016, p. 299). Assim, nesse mundo de livre possibilidades, a conectividade norteia a interatividade humana e a construção de suas relações, mas não somente norteia, como determina, agora, uma nova condição de vida, significando dizer que a falta dessa conectividade traz consigo uma associação à noção de isolamento. Para isso, Dias (2016) tensiona essa noção ao dizer que, “estar desconectado é estar isolado espacialmente” (p.308), ou seja, o espaço virtual invadiu a vida humana e as relações, ao ponto de que a conectividade não é somente uma alternativa, mas sobretudo uma “condição de vida”, que tomou e condicionou os sujeitos, como quase que único modo de interação da humanidade.

Construída essa breve noção de conectividade, que aponta para uma sociedade que “depende” dela e conseqüentemente do espaço virtual como “condição de vida”, seguiremos refletindo sobre como uma cultura tradicional, ligada ao religioso, rendeu-se a esse novo modo de vida e encontrou nele “um poderoso aliado de evangelização”, como elucida Miklos (2012, p.10), reconfigurando seu discurso, movido pelas tensões que esse novo espaço de produção condiciona, haja vista que numa sociedade conectada, não há mais como pensar o religioso distante das influências virtuais. Tomaremos, portanto, o conceito de ciber-religião que o autor

desenvolve, para apontar para esse movimento de migração que a religião trilhou ao sair estritamente dos templos, propagando, agora, uma mensagem em paredes de *pixels* e *gigabytes*.

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

Sbardelotto (2012) contribui com essa concepção do movimento que a religião produz, especialmente na defesa de que o protestantismo, ao deslocar-se do templo religioso – condicionado por suas regras e liturgias –, caminha rumo às regras e condições que o espaço virtual dispõe. Nessa perspectiva, o autor afirma:

Em síntese: a grandeza, a magnitude, a vastidão de Deus, do sagrado, do transcendente se ‘encolhem’, se compactam, se codificam em bits – decodificadas, relidas, ressignificadas, reapropriadas pelo usuário – voltam a se ‘expandir’ e a gerar sentido na vida e nas ações do fiel, por meio de complexas estratégias comunicacionais mediadas pelas tecnologias digitais. (SBARDELOTTO, 2012, p.30).

Nesse contexto, o espaço virtual é o mediador da produção de sentidos no discurso religioso. Esse novo lugar de produção condiciona um novo modo de discurso, ainda que sem abolir a mensagem tradicional, se reconfigura para atender às exigências que o ambiente virtual impõe, funcionando em um ambiente agora não mais físico, mas como já dito, *desterritorializado*³, o qual recebe fiéis ou até não-fiéis, todos conectados, condicionando a produção do discurso religioso – para e sob – um novo lugar e um novo tipo de fiel.

Nesse sentido, Borelli (*apud* SILVA e NALINI, 2015, p.70) acentua que “o discurso religioso é adaptado para um discurso mais midiático, com mais visualidade, mais coloquialidade e menos aprofundamento”. Reconfigura-se portanto, em um discurso religioso-midiático, tomado pelos temas e linguagens que predominam no espaço virtual, condicionado a produzir pelo *outro* que acessa e acessará esse discurso, um *outro* não mais desconectado, isto é “o discurso do sistema se dirige e se refere a um determinado fiel: e assim constrói e atualiza um determinado tipo de fiel”, (SBARDELOTTO, 2012, p.125) e “que muitas vezes assume a

³ Para Levy (1996) a *desterritorialização* se constitui sob a noção de que os movimentos e acontecimentos no espaço virtual não estão precisamente localizados, o autor afirma que “a empresa virtual não pode ser mais situada precisamente. Seus elementos são nômades, dispersos, e a pertinência de sua posição geográfica decresceu muito” (LEVY, 1996, p.9) isto significa dizer que as práticas virtuais acontecem para além da temporalidade, “quando uma pessoa, uma coletividade, um ato, uma informação se virtualizam, eles se tornam “não-presentes”, se desterritorializam.” (LEVY, 1996, p.10)

linguagem do espetáculo, para fazer aparecer o aspecto fantástico e capturar atenção” (MIKLOS, 2012, p.40).

É necessário, portanto, deslocar a perspectiva para esse novo âmbito de conceber o discurso religioso, tomado pelo espaço virtual, e que inevitavelmente também condicionou os discursos produzidos nos templos de pedra e nos púlpitos de madeira, isto porque a potencialidade do *on-line* invadiu as práticas do “*off-line*”. Sobretudo, vale destacar que o espaço *on-line* não está desarticulado do espaço empírico, mas funciona refletindo mutuamente suas determinações, isso significar dizer que, se o *on-line* invadiu as práticas do “*off-line*”, as determinações do espaço empírico (*off-line*) acessou o espaço digital, recebendo suas influências, mas também, trazendo consigo suas próprias determinações. Miklos (2012) atribui a essa relação, *on-line* e *off-line*, uma relação de “interdependência”, afirmando que “meios de comunicação eletrônicos e religião passam a formar um conglomerado complexo – uno e diverso – em uma relação de interdependência.” (MIKLOS, 2012, p.10).

Agora, não somente tomada pelas delimitações do espaço empírico, a igreja/a religião, no comprometimento com o *Ide* da convocação cristã proposta na passagem bíblica de Marcos 12:15 – “Ide por todo mundo, pregai o evangelho a toda criatura.” – “tiveram de se render à evolução dos meios de comunicação, buscando novas formas de se aproximar dos fiéis para difundir o discurso religioso” (SILVA e NALIDI, 2015, p. 66). Surge assim, um novo modo de produzir sentidos no campo ideológico-religioso, movido por uma nova “condição de vida” que une fé e *bits*.

3.2 Redes sociais e suas implicações

Pensando na noção de *ciberespaço* já discutida nos tópicos anteriores, como “espaço de comunicação aberto” (LÉVY 1999, p.102), como ambiente no qual as comunicações fluem e é mediador de uma nova condição de vida, é inevitável que não conduza a pensar nos espaços que o próprio *ciberespaço* dispõe nesse grande ambiente de comunicação aberto e desterritorializado. Pensaremos portanto, nas plataformas *on-line*, isto é, nas redes sociais, e nesse olhar deteremos as discussões nesse tópico.

Segundo Recuero (2009, p.24) a noção de rede social se constitui na metáfora que o próprio nome carrega, isto é, “[...]a rede como metáfora estrutural para a compreensão dos grupos expressos na Internet [...]”. Se pensarmos dessa forma, pensaremos então na rede social como um emaranhado de grupos e/ou conexões que se originam por meio e a partir dela. Em

Wasserman e Faust (1994) e Degenne e Forse (1999 *apud* RECUERO, 2009, p.24) contribuíse com a noção de que a rede social é composta por dois elementos: “atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais)”, e é nessa relação entre atores e conexões que se constituem e se movimentam as redes sociais.

De modo a pensar na constituição das redes sociais tomada pela relação atores e conexões, traremos a noção de interação, que Recuero (2009, p.34) estabelece ao dizer que esta “pode ser compreendida como uma forma de conectar pares de atores e de demonstrar que tipo de relação esses atores possuem”. Dessa forma, o processo interativo que surge entre os grupos, pessoas e instituições se fundamenta por meio de interações que os conectam, mas não somente conecta como aponta para o tipo de relação específica que os unem. Nesse sentido, a autora afirma que “a interação ideal, implicaria sempre uma reciprocidade de satisfação entre os envolvidos e compreende também as intenções e atuações de cada um.” (RECUERO, 2009, p.31). Se essa interação envolve satisfação entre os atores, diremos que na mais mínima realidade na qual se movimentam as redes sociais, o fator identificação é o ponto e a potencialidade que conecta os atores, isto significa dizer que “quanto mais parecidos e mais interesses em comum tiverem os atores sociais, maior a possibilidade de formar grupos coesos e com característica de comunidades.” (RECUERO, 2009, p.138).

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

É, portanto, sob essa esteira da interação, que se produz e se compartilha o discurso religioso nas redes sociais, na finalidade de tornar o usuário identificado com a produção de sentidos que o discurso religioso produz no ambiente virtual. Para Sbardelotto (2012, p. 15), “a internet é um lugar de experiência”, e é nesse lugar de experiência que se acredita que o seguidor-fiel e o não-fiel encontrem identificação para além do que se sabe ou do que já ouviu sobre o discurso religioso produzido nos templos/espaço empírico.

Miklos (2012, p.47) afirma que a igreja, condicionada pela fusão mídia e religião, “[...] combina em um estilo inédito o sagrado com os elementos da indústria de entretenimento da comunicação de massa [...]”. Esse fator nos leva a dizer que a igreja em sua responsabilidade em propagar uma mensagem e diante de uma nova “condição de vida”, configura o discurso religioso combinando fé e entretenimento, sob a mesma expectativa que se perpassa ao longo da história da igreja: a conquista de fiéis.

Agora, essa expectativa se movimenta sob a ótica da interação, da identificação virtual em massa e no engajamento nas redes sociais. Contribuindo com essa noção de interação e engajamento virtual que a igreja produz naqueles que estão em busca de uma fé conectada, Sbardelotto (2012) defende que:

No princípio, era o “Verbo”, a palavra de Deus. O Verbo é o princípio da vida cristã: uma palavra que fala, que dialoga, que interage que se comunica com o ser humano. E que se comunicou ao longo de toda a história. As igrejas cristãs em geral [...] ao darem a conhecer suas verdades sobre o mundo e sendo portadoras do Verbo, independentemente de sua base institucional e doutrinária, apropriam-se dos dispositivos comunicacionais historicamente a seu alcance, por meio de suas várias possibilidades, para transmitir sua mensagem de fé (SBARDELOTTO, 2012, p.22).

Ao saber que o espaço virtual condiciona a produção de sentidos de um dado discurso, e conseqüentemente as redes sociais também aplicam suas determinantes e funcionam como mediadoras de interações sociais, é possível apreender que os sentidos produzidos nesse ambiente visam à máxima interação entre os atores e a identificação não apenas entre si, mas com o que é dito, como é dito e os sentidos que fluem por meio dos dizeres. Para Recuero (2000, p.157), “as interações que agregam os indivíduos em torno de um elemento de identificação têm impacto social e são consideradas interações reativas”. Dessa forma, veremos nos próximos tópicos, estratégias discursivas que fervilham nas redes sociais, visando à interatividade, e atingem os usuários em sua máxima identificação.

3.3 O humor

Quase como uma conexão imediata e unívoca, pensar em humor é pensar em comum, socialmente falando. Isto porque o modo como o humor nos atinge produz efeitos de coletividade. O hilário e o cômico congregam diferentes sujeitos a partir do riso, tornando-se quase unânimes.

Mas, previamente, é preciso trazer à tona os estudos de Jerónimo (2015, p.66) a respeito do humor na contemporaneidade, apontando o fato de que “a palavra humor não era usada com

sentido contemporâneo de divertido ou engraçado até ao século XVIII”. A concepção de humor, tida antes de qualquer noção que permeia nossos conceitos hoje, perpassa a noção de equilíbrio e do bem-estar emocional. Ainda que a noção de humor como equilíbrio do bom estado emocional contribua com as noções que atribuímos ao sentido de humor, deteremo-nos, nesse tópico, ao sentido cômico do termo, para o qual Jerónimo (2015) atribui a característica de “evolução do vocábulo” que alcançou os dias de hoje. Apoiaremos-nos, portanto, na percepção do autor ao dizer que “podem considerar-se humor quaisquer eventos ou formulações discursivas, intencionadas ou inadvertidas, que provoquem experiências cognitivas culturalmente partilhadas capazes de suscitar o riso e providenciar divertimento.” (JERÓNIMO, 2015, p.67).

Diante dessa perspectiva, podemos perceber que o humor é, por excelência, elemento potencial de interação, tendo em vista que para além de um senso de humor individual, o hilário se produz também sob a esteira de uma dada cultura que compreende e compartilha socialmente o riso e o cômico, de modo que nas palavras de Propp (1992, p.32), “cada época e cada povo possui seu próprio e específico sentido de humor e de cômico, que às vezes é incompreensível e inacessível em outras épocas”.

É por essa razão, e sob a perspectiva de Propp (1992) e Jerónimo (2015), que deslocaremos o olhar para esse humor que é capaz de gerar divertimento, mas que, sobretudo, une uma dada cultura e uma dada sociedade, de maneira que o riso corresponde à partilha, à identificação, fazendo interagir sentidos próprios de um povo específico, grupo e sociedade específica. Se o humor constitui, segundo os apontamentos de Jerónimo (2015, p.65), formulações discursivas que provocam o riso, então, o riso é “a manifestação corpórea do referencial cognitivo e social do jogo de significados propostos pela condição humorística”. Isto significa dizer que o riso é a resposta para a proposta que o humor levanta.

O humor permeia e se encontra presente em toda a história da sociedade, das relações e das culturas. Propp (1992, p.181) afirma que “graças ao riso se experimenta um certo alívio de tensão e justamente a esse alívio se deveria a satisfação”. Isso nos condiciona dizer que é no humor, no riso, que o indivíduo “resolve” os conflitos internos e as tensões sociais, ao que Propp (1992, p.32) complementa, dizendo que “[...] é fácil notar que rirão aqueles totalmente envolvidos por alguma paixão ou arroubo, ou imersos em reflexões complexas e profundas.”. É nessa necessidade que o humor se torna condição de vida, e como condição, o humor acaba por se fazer presente nos meios e nos espaços nos quais o sujeito se movimenta no cotidiano. Para tanto, Jerónimo (2015) contribui ao dizer que:

O humor foi sempre uma importante parte da vida societária, e por conseguinte da produção cultural. Não admira portanto que os meios de comunicação de massas mais importantes usem o humor e a comédia como uma atracção fortemente apelativa. Seja o rádio, a televisão, ou os sítios da rede, todos procuram criar uma atmosfera aparentemente descontraída, recorrendo para isso aos recursos humorísticos à sua disposição, sejam piadas, alusões divertidas ou mesmo factos reais com aparência de absurdo. (JERÓNIMO, 2015, p.90).

Diante dessa reflexão, compreendemos que se o humor se encontra presente nas relações sociais e no cotidiano dos indivíduos, o espaço virtual como o espaço que dispõe de uma “nova condição de vida”, como já mencionamos, e que gera entretenimento e interação, é também o ambiente que predispõe a presença do humor como ferramenta necessária e com potencial interativo para esse espaço. Para essa nova forma de interação social, Santos (2012, p.62) afirma que “O riso não é apenas permitido, mas estimulado e exigido, o humor transforma-se em ferramenta de marketing a serviço da venda. Nessa sociedade do espetáculo e do devaneio, o humor pode ser comprado para ser usufruído por um determinado prazo”.

É sob esse novo modo de ser sujeito numa sociedade conectada que o humor surge a serviço de uma “sociedade do espetáculo”, como propõe Debord (2003), que aponta para uma sociedade tomada pelo imagético, pelo audiovisual, pelo (a)parecer. A realidade e as relações são, portanto, assistidas por espectadores que compõem a própria realidade. Debord (2003, p.14) afirma que “o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens”. O espetáculo/imagem como produção total da realidade, permeia os consumos, interações e compartilhamentos nos ambientes virtuais; a rede social, por sua vez, serve como a esteira pela qual corre a sociedade do espetáculo, na ânsia pela exposição e na dependência do imagético.

Como supracitado, o humor à serviço dessa sociedade e, por sua vez imbricado a ela, torna-se não somente potencial de interação, mas objeto de consumo e de estratégias na finalidade de manter o “sujeito espectador” tomado pelo espetáculo.

3.4 Cultura Pop

Partindo do que Soares (2015) denomina de “cultura massiva”, deslocaremos essa noção para atribuir à cultura pop a ideia de um fenômeno que gera alcance em “massa”. Como um fenômeno, em sentido literal, pensar em cultura pop é pensar no alcance que o fenômeno abarca ao atingir toda uma dada conjuntura social, o que Backo e Amaral (2020, p.3) consolidam, afirmando que “os elementos ‘pop’ só podem ser assim considerados em função de uma existência de um consumo expressivo a ponto que os tornem populares”.

Pensar em como atribuir o que seria elementos “pop”, é, antes de tudo, relacionar as escolhas de consumo que os indivíduos enquanto sujeitos sociais realizam. Backo e Amaral (2020, p.3), afirmam que “as escolhas de consumo carregam significados sociais”, os elementos do “pop” são heterogêneos e diversos, variando desde os elementos midiáticos até literatura, esporte, jogos e games, significando dizer que na cultura pop “seus objetos mudam, seus públicos mudam, suas produções formas de propagações mudam” (BACKO e AMARAL, 2020 p.15).

Vale refletir que, se a cultura pop é o fenômeno que se manifesta a partir de um alcance massivo dos consumos sociais que significam, essa cultura é então, retrato da sociedade e, ante esse fator, é válido elucidar que “a cultura pop é, sobretudo, cultura. E, assim sendo, é preciso enxergá-la como algo não consolidado, mas como um fenômeno que se altera com o passar das décadas” (BACKO e AMARAL, 2020, p.17). Mas é possível perceber, que em primeira instância, o que se atribui sobre cultura pop é delimitado à noção de música pop, cinema e tudo o que envolve produção artística, mas como já dito, o consumo cultural mediatizado é que delinea os elementos da cultura pop, de modo que Soares (2015) contribui ao dizer que:

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

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

Correm sob os trilhos da mídia a cultura pop e os seus elementos, de modo que ao pensar no alcance massivo que ela abarca, apreende-se que esse alcance condiciona as práticas sociais. Deslocando, portanto, o nosso olhar para o objeto de pesquisa desse trabalho, isto é, o discurso religioso, Martino (2015, p.60) afirma que “as narrativas e atividades religiosas não parecem escapar [...] à presença constante da cultura pop em uma sociedade permeada pela cultura pop,

pelo entretenimento e pelas mídias digitais.”. Isso nos condiciona a retomar o que já discutimos no tópico “Rede Sociais e suas implicações”, quando afirmamos que o novo modo em que o discurso religioso se movimenta nas redes sociais relaciona fé e entretenimento, levando-nos a refletir que o acesso que a religião faz à cultura pop na produção de suas práticas implica esse novo modo de funcionamento do discurso religioso, ante uma sociedade tomada pela cultura pop.

Martino (2015) leva em consideração que o uso dos meios condiciona o estilo, significando dizer que, a partir do momento em que a religião/a igreja faz uso dos meios comunicacionais e da mídia, ela adere também ao estilo que oriunda dos meios. Dessa forma, a cultura pop participa dessa adesão, junto aos meios comunicacionais, mas essa adesão que a religião faz, ocorre por meio do que o autor chama de “negociação de sentidos” (MARTINO, 2015, p.60). Segundo ele, nessa negociação de sentidos, perante as particularidades da mensagem religiosa, é preciso existir limites nessa apropriação de sentido, indicando-nos que, no acesso aos meios midiáticos e conseqüentemente no uso dos elementos da cultura pop, o discurso religioso os adere de modo a selecionar os aspectos que concordem com os pilares éticos-morais da religião. Exemplificando esse raciocínio, Martino (2015, p.61) afirma que “as marcas e convocações do erotismo e da violência, por exemplo, uma das qualidades da cultura pop, parece ser sistematicamente excluída, enquanto modelo, da cultura pop religiosa”.

Na expectativa, por natureza, de se comunicar e se fazer entendida, a igreja, os líderes religiosos e os fiéis, ao longo da história, procuram relacionar as práticas religiosas com as demais práticas e culturas da sociedade como um todo, munindo-se de meios e formas para suprir essa expectativa, de modo que explicitamente as próprias passagens bíblicas registram esse movimento que os religiosos fazem ao aderirem aos meios e às suas culturas originárias, com a finalidade evangelística. O Apóstolo Paulo, ao dar voz à passagem bíblica de 1 Coríntios 9:22, afirma: “Fiz-me tudo para com todos, a fim de, por todos os meios, salvar alguns”. Nas palavras de Martino (2015):

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

Se a cultura pop se origina nos trilhos da mídia, gerando alcance em massa e assim, torna-se popular/cultura massiva, a religião, na produção do discurso religioso, encontra nesse fenômeno “uma vitrine particularmente eficaz” (MARTINO, 2015, p.64), que mesmo perante negociações de sentido, tensões e pontos divergentes, relacionam-se, superando as incompatibilidades. Se em outros tempos, o discurso religioso comunicava-se em um estilo por vezes estanque, agora, comunica com representações significativas e atuais, sob as tendências da cultura pop, que atingem o alcance em massa, de modo que nos dias de hoje a fé também é pop.

4 TRAJETO METODOLÓGICO

Como previne Orlandi (2020), não há um contato inaugural do analista com o discurso/ com o objeto, não há necessariamente um ponto de partida já estabelecido que determina a construção da análise ante o objeto, “isto porque, ele não se dá como algo já discernido e posto” (ORLANDI, 2020, p.61), mas que se constrói na medida em que o analista em seus primeiros passos seleciona os textos, recorta e encontra nele gestos de interpretação. Após esse gesto, o pesquisador se insere numa posição de escuta para além das evidências, para além dos limites da interpretação. A respeito desse processo inicial, Mazière (2007, p.59) afirma que “a escolha dos textos a segmentar, escolhidos desde o princípio, dão lugar a uma construção dinâmica de *corpus*, móvel, gerida em interação com a progressão da análise”. Surge portanto, o objeto/*corpus* a ser deslocado pelos procedimentos do trabalho.

Vale, sobretudo, destacar que nesse processo de construção metodológica na AD, o analista não se vale de uma metodologia pronta, mas a constrói a partir do momento no qual define seu *corpus* e se mune de dispositivos teóricos mediadores da compreensão perante o objeto de análise, e assim “ele se coloca em uma posição deslocada que lhe permite contemplar o processo de produção de sentido em suas condições” (ORLANDI, 2020, p.59), de modo a não ser tomado pelas evidências. O dispositivo teórico garante que o analista não seja vítima desses efeitos ilusórios, como coloca Orlandi (2020), mas que perante a questão que ele propõe face ao seu objeto de análise, o faz compreender o funcionamento do dado processo discursivo.

Dessa forma, diante do objeto de análise proposto neste trabalho, levantamos a seguinte questão problema: Como as práticas sociais, mediadas pela tecnologia, influenciam a (re)configuração do discurso religioso ante a era virtual? Face a esse questionamento e considerando os fatores condicionantes que o ambiente virtual determina e significa, levantamos a hipótese de que o discurso religioso, em movimento nesse espaço, é atravessado por duas discursividades determinantes para o ambiente virtual: o humor e a cultura pop.

Nesse sentido, delineamos como objetivo geral deste trabalho analisar o funcionamento do discurso religioso no espaço virtual e como objetivos específicos, buscamos observar os efeitos de sentido produzidos pelo entrelaçamento entre discurso religioso e humor no espaço virtual; pretendemos ainda identificar os efeitos de atualidade produzidos no interior desse discurso, a partir do atravessamento de sentidos concernentes à cultura pop. A seguir, destrincharemos o modo de composição do arquivo e da construção dos procedimentos analíticos.

4.1 Composição do *corpus* de arquivo

Nesse processo de seleção e coleta do objeto de análise, o analista compõe o que, em AD, denomina-se de *arquivo*. Para Pechêux (1994), o arquivo é o campo de documentos que reúne materialidades a respeito de uma dada questão. O analista, portanto, constrói o arquivo de modo a reunir materialidades significantes que contribuem para os gestos de leitura que ele faz do seu objeto de análise e, a partir dele, começa a observar as regularidades do objeto. Nessa perspectiva, a composição do arquivo, bem como os recortes dele retirados não são neutros, uma vez que, já nessa fase do percurso metodológico, o analista imprime inevitavelmente suas primeiras leituras e interpretações.

De modo a compor o arquivo dessa pesquisa, dedicamo-nos a reunir materialidades significantes do discurso religioso no espaço virtual em vídeos, especificamente no *Instagram*. Sobre essa seleção do *Instagram* como campo específico de coleta para o *corpus*, vale destacar que segundo os relatórios anuais da *We are social e Hootsuite* (agências de marketing digital que produz relatórios anuais e mundial, sobre os desenvolvimentos e os dados das mais atuantes redes sociais da atualidade no mundo), o *Instagram* é a 4ª rede social mais utilizada no Brasil no ano de 2020, com 95 milhões de usuários.

Ainda que ficando atrás do *Facebook*, *Whatsapp* e *Youtube*, selecionamos o *Instagram* para a coleta do *corpus* dessa pesquisa, por perceber a presença crescente de líderes religiosos movimentando e produzindo conteúdos nessa rede social; os famosos “*Reels*” e “*IGTV*”, recursos mais recentes que o *Instagram* disponibilizou para o compartilhamento de vídeos, têm sido as ferramentas mais utilizadas por pastores e outros influenciadores religiosos, pela possibilidade de compartilhar recortes das mensagens que são publicadas na íntegra no *Youtube*, por exemplo. Dessa forma, podemos dizer que se a palavra da fé é o “pão que alimenta”, segundo a passagem bíblica de João 6:35, o *Instagram* é portanto, a plataforma que produz essa mensagem em “*fastfood*”, isto é, de modo rápido, curto, prático, simples e de fácil compartilhamento.

O *Instagram* é também a plataforma que transformou pastores/líderes religiosos em *influencers*; portanto, com esse olhar, buscamos compor o arquivo deste trabalho, no acesso a três perfis de líderes religiosos que contribuem expressivamente para a produção do discurso religioso nesse ambiente e os quais, para além de pastores, são também *influencers*, a saber: Pastora Talitha Pereira (@pastoratalithapereira), com 2,1 milhões de seguidores e pastora da

Igreja do Amor, uma igreja de perfil moderno e atual no estado de Pernambuco, compõe a membresia da igreja com um público majoritariamente jovem. Pastora Talitha Pereira também é líder do movimento “*Identidade*”, no qual ela desenvolve projetos mais específicos para mulheres e crianças, com a finalidade de ensiná-los a encontrar sua identidade em Cristo Jesus. Talitha Pereira comunica a mensagem da fé de modo descontraído, em um sotaque nordestino bem definido, divertido e em linguagem coloquial e humorística; dessa forma, ganhou muita expressividade no *Instagram* nos últimos anos.

Por conseguinte, Pastor Lúcio Barreto (@prlucinho), com 2,1 milhões de seguidores, é pastor especificamente para jovens da Igreja Batista da Lagoinha em Belo Horizonte, uma das igrejas protestantes mais influentes do Brasil. O pastor Lucinho, como é conhecido, é líder do movimento “*Loucos por Jesus*”, que propõe aos jovens e a todos os seus seguidores, modos práticos de viver cotidianamente para o cristianismo. Mesmo sendo pastor para jovens, pastor Lúcio Barreto compartilha seus sermões para todos os públicos e assim o faz de modo dinâmico e descontraído.

Por fim, o Pastor Cláudio Duarte (@claudioduarte), com 5,8 milhões de seguidores, ganhou expressividade entre os casais cristãos e até não cristãos nas redes sociais, por compartilhar a luz da bíblia, mensagens que aconselham como viver uma vida a dois. Com a forte temática sobre matrimônio, pastor Cláudio Duarte em suas mensagens, compartilha relatos de modo cômico a respeito da rotina em casal, o que gera identificação e engajamento em suas redes sociais.

Em suma, nessa composição de arquivo, reunimos 20 vídeos; e conseqüentemente, caminhando para um afinamento, tomando em consideração a hipótese levantada, selecionamos 6 vídeos para análise que propomos neste trabalho.

4.2 Procedimentos analíticos

Após a composição do arquivo, realizamos recortes com o escopo de analisar o objeto em questão, sob a ótica de duas categorias analíticas específicas, as quais nos permitiram observar o funcionamento e as regularidades do discurso religioso no espaço virtual, são elas: 1) o humor; e 2) a cultura pop.

As categorias foram construídas na medida em que identificamos nesse discurso gestos de interpretação e a regularidade do uso do humor como estratégia discursiva, bem como o

acesso aos elementos da cultura pop, mais especificamente, o acesso às referências cinematográficas.

A partir da construção dessas categorias, pudemos analisar a emergência de um discurso religioso determinado pelo virtual, que nos permitiu entrever uma articulação entre humor e cultura pop em sua constituição.

Na seleção que compõe o primeiro movimento de análise, o uso do humor, selecionamos três vídeos, sendo cada um deles referente aos discursos de cada líder/pastor escolhido para a análise dessa pesquisa. O primeiro vídeo de humor (VH1⁴), publicado pelo Pastor Lúcio Barreto (Pastor Lucinho), no seu perfil do *Instagram* (@prlucinho), por meio da ferramenta do *reels*, o VH1 recebe o título de “Se é importante para você, é importante para Deus”, nele, o pastor Lucinho relata, de modo bastante cômico, um acontecimento que vivenciou em casa com sua esposa. No segundo vídeo (VH2), publicado pelo Pastor Cláudio Duarte, no perfil do *Instagram* (@claudioduarte), por meio da ferramenta do *IGTV*, que recebe o título de “A maneira de discordar de uma mulher e continuar vivo”, Cláudio Duarte, ensina maneiras de como construir uma boa comunicação e relação no matrimônio e, para isso, ele relata uma dada situação em que viveu com sua esposa, e precisou encontrar uma “saída”, um tanto quanto cômica, para “discordar e continuar vivo”. E por fim, concluindo a seleção que compõe a coleta de vídeos para esse primeiro movimento de análise, temos o terceiro vídeo (VH3), publicado pela Pastora Talitha Pereira em seu perfil do *Instagram* (@pastoratalithapereira), por meio da ferramenta do *IGTV*, que recebe o título de “Permita a imperfeição dos outros”, neste vídeo, ela monta em forma de narrativa, um relato cômico de uma experiência que vivenciou em seu ambiente pessoal e familiar.

Para o segundo movimento de análise, o acesso à cultura pop, selecionamos do mesmo modo, três vídeos publicados no perfil do *Instagram* dos líderes/pastores. O primeiro vídeo com referência a cultura pop (VCP1⁵), publicado pelo Pastor Cláudio Duarte, com o título “Acredite no leão que tem dentro de você”, o pastor faz referência ao clássico filme/animação infantil “Rei Leão”, para construção do sermão. No segundo vídeo (VCP2), que tem como título “Oração é igual a teia do homem aranha”, publicado pelo Pastor Lucinho no *Instagram*, com referência ao filme norte-americano, o pastor relaciona oração à teia do homem aranha na finalidade de construir sentido para a mensagem emitida. Por fim, no terceiro vídeo (VCP3),

⁴ VH - Vídeo de Humor

⁵ VCP - Vídeo de Cultura pop

também publicado pelo Pr. Lucinho com o título “Passando de fases”, o pastor faz menção ao mundo dos games e dos jogos para referenciar as fases da vida.

Após a seleção de vídeos que compõe o arquivo que serviu para as duas categorias de análises levantadas e diante desse trajeto metodológico descrito nesse tópico, seguiremos para apresentamos a análise que responderá à questão inicial proposta.

5 ANÁLISE DO DISCURSO RELIGIOSO NO ESPAÇO VIRTUAL

Partindo do princípio de que espaço condiciona as práticas e é parte do acontecimento discursivo (ORLANDI, 2009), compreendemos o espaço virtual como o ambiente pelo qual movimentam-se alguns discursos contemporâneos, favorecendo a constituição de sentidos, bem como de a constituição de sujeitos identificados/desidentificados/contra-identificados com determinadas formações discursivas pelo viés do humor e dos recursos da cultura pop, entendidos aqui como parte das condicionantes discursivas no espaço virtual, tendo em vista que o humor é “uma importante parte da vida societária” (JERÓNIMO, 2015, p. 90) e a cultura pop é, por excelência, cultura massiva (SOARES, 2015) que atinge um todo.

Não afastado desse espaço e, conseqüentemente, não livre das condicionantes, o discurso religioso acontece, agora, a partir dos entremeios do virtual, tomado e produzido por essas duas determinantes. É com essa ótica que percorremos o trajeto analítico a seguir, buscando identificar o humor e o pop nos acontecimentos discursivos do discurso religioso no espaço virtual.

5.1 Efeitos de humor

Diante do *corpus* coletado e das regularidades percebidas, selecionamos três sequências discursivas (SD) para essa categoria analítica, de maneira que deslocamos o olhar especificamente para o aspecto cômico construído nas SD. Como já mencionado, extraímos e recortamos as sequências discursivas a partir de *posts* em vídeos publicado no *Instagram* por meio dos perfis dos líderes religiosos.

Destacamos que a transcrição das SD pretende manter fiel a linguagem coloquial construída no discurso por meio dos sujeitos, a qual, na maioria das instâncias, auxilia na finalidade de promover o riso.

Compreendemos a noção de humor⁶ nesse novo modo de produzir o discurso religioso e na capacidade que o humor tem de conectar os sujeitos em suas relações discursivas,

⁶ Durante o procedimento analítico desta categoria, nos deparamos com os termos: humor e cômico, para tanto, mesmo diante da compreensão de que segundo Bergson (1983) há diferenças entre os termos, tendo em vista que o cômico só existe sob o que é propriamente humano, esclarecemos que neste trabalho tomamos um termo pelo outro, nos valendo, de modo mais geral, da noção de que humor e comicidade atua como elemento que desperta o riso.

especialmente no ambiente virtual, de modo que o cômico se apresenta como aspecto exigido e estimulado (SANTOS, 2012) no virtual.

Como já discutimos no tópico a respeito de humor, compreendemos a noção como um potencial elemento de interação, conseqüentemente, como um elemento que produz engajamento e identificação nas relações e produções discursivas no espaço virtual. Dessa forma, antes de prosseguir com a análise, pensemos no que Pêcheux (2014, p.200) menciona sobre identificação nas formações discursivas, ao dizer que “[...] o interdiscurso continua a determinar a identificação ou a contraidentificação do sujeito com uma formação discursiva, na qual a evidência do sentido lhe é fornecida, para que ele se ligue a ela ou que a rejeite.”, isto é, o sujeito, face às formações discursivas e os sentidos mobilizados por meio dos dizeres, encontra-se identificado ou não, mediante os sentidos que são acionados no interdiscurso.

Dito isto, compreendemos que o humor entra em cena, na estratégia de fornecer no interior de uma formação discursiva, sentidos que produzam identificação com o discurso religioso e também como meio para promover o engajamento dos fiéis e o compartilhamento dos sermões nas redes, uma vez que o que é engraçado é mais curtido, mais comentado e mais compartilhado. Vejamos a SD1:

SD1: *Eu morava “num” apartamentinho, gente, cabia eu e minha mulher. Pra entrar a luz do sol tinha que sair um dos dois, era minúsculo. Eu lembro que eu tomei um banho e nós resolvemos comer um ovo antes de vir para o culto. Aí na hora que a Patrícia pôs o ovo, aquela “shekinah” de ovo entrou dentro no apartamento e nós ficamos fedendo a ovo e eu falei: Pronto, nós vamos chegar no culto parecendo um galinheiro, Patrícia, fedendo... Sabe o que é que Jesus podia fazer? Quando eu falei: Sabe o que Jesus podia fazer?. O interfone da minha casa tocou. Eu atendi: alô? [...] O Carlito toca lá em baixo e fala assim: Lucinho, Deus falou comigo pra eu comprar um.../ Aquele chupador de demônio, sugar. Como que é o nome daquele trem? que chupa... é isso ai, exaustor. / e vim na sua casa “pá” pôr. Eu não tinha completado a frase e o “ome” chegou. Eu falei: Ô Carlito! Eu tava falado aqui “cá” minha mulher... Ai depois que o Carlito foi embora, ela olhou pra mim e falou assim: Por que que você não pediu um carro?.*

Essa primeira sequência discursiva (SD1) apresentada foi retirada a partir de uma publicação em vídeo cuja temática é: “Se é importante pra você, é importante pra Deus”. O usuário da rede social, pastor e *influencer*, Pastor Lucinho, publicou esse recorte de um sermão que se encontra na íntegra no *Youtube*. Analisamos a estratégia utilizada em recortar e publicar exatamente um trecho em que se constrói um discurso humorístico por meio de uma narrativa do cotidiano, uma narrativa que nos primeiros momentos retrata um evento de desventura, e é nesse retrato que surge a possibilidade do riso.

Para Propp (1992, p.29), “é possível rir do homem em quase todas as suas manifestações.”, isso significa dizer que, o homem por si só é objeto do riso e da causa do

humor, o homem é o meio pelo qual, em diversas situações, o ridículo é provocado, pelo qual acentua o “riso da zombaria”, como o autor denomina. O riso, de acordo com Propp (1992), manifesta-se a partir de duas grandezas: de um objeto ridículo e do sujeito que ri.

Perante essas grandezas, no dizer: *“Eu morava ‘num’ apartamentinho, gente, cabia eu e minha mulher. Pra entrar a luz do sol tinha que sair um dos dois, era minúsculo. Eu lembro que eu tomei um banho e nós resolvemos comer um ovo antes de vir para o culto. Aí na hora que a Patrícia pôs o ovo, aquela “shekinah” de ovo entrou dentro no apartamento e nós ficamos fedendo a ovo [...]”*, o ridículo surge como meio sob qual o riso de manifestará, de modo que o ridículo que surge no cotidiano do indivíduo é o motivo do humor. Na narrativa contada pelo pastor, ele abre perante os olhos do outro a possibilidade de tornar-se o objeto do riso, sua quase trágica história, que em primeiro momento ou de outro modo não deveria parecer cômica, é motivo para rir, pelo simples fato de produzir o sentido do ridículo, segundo as palavras de Propp (1992).

O ridículo que provoca o riso começa a ser ativado desde a descrição do ambiente da cena em que acontece o fato narrado, tendo em vista que o pastor descreve o lugar onde morava como *“apartamentinho”*, ou seja, um lugar pequeno o suficiente para que qualquer acontecimento banal do cotidiano se torne uma adversidade, o que faz o público pensar que não é um apartamento qualquer, é um apartamento muito pequeno, tão pequeno que o pastor potencializa exageradamente dizendo: *“Pra entrar a luz do sol tinha que sair um dos dois, era minúsculo”*. O exagero é tão dramático, que provoca o riso de quem constrói o imaginário do ambiente, afinal, que ambiente esdrúxulo seria esse pelo qual não cabe uma pessoa e a luz sol? Mas é justamente a descrição desse ambiente esdrúxulo que torna cômica a narrativa e que serve de esteira para produção de sentido das “próximas cenas”.

Nesse ambiente pequeno o suficiente para que qualquer mínima ocorrência do cotidiano seja absurda, o pastor prossegue a narrativa contando: *“[...]nós resolvemos comer um ovo antes de vir para o culto. Aí na hora que a Patrícia pôs o ovo, aquela “shekinah” de ovo entrou dentro no apartamento e nós ficamos fedendo a ovo[...]”*. Aqui, desloca-se o sentido de “shekinah”, que significa no hebraico, “a presença de Deus manifesta”, para dizer que naquele pequeno apartamento, a presença manifesta não era a de Deus, mas do ovo. Ao ativar os sentidos dessa expressão, no interior de uma FD cristã, estabelece-se o exagero da comparação, e, portanto, a comicidade do relato. Para além da comparação exagerada, a imagem do ovo, que possui um cheiro forte capaz de impregnar o odor em qualquer que seja o ambiente, torna a narrativa mais comicamente tomada pelo ridículo e pela desventura do outro, ainda mais quando o ambiente é descrito como minúsculo.

Na consequência do discurso, ao dizer: “[...] *nós vamos chegar no culto parecendo um galinheiro, Patrícia, fedendo*”, o discurso se desmembra no imaginário do fiel conectado, construindo uma relação imagética de um líder religioso a um ambiente animal. Propp (1992, p.66) nos aproxima dessa relação, ao dizer que “o homem, na maioria das vezes, é comparado a animais ou a objetos, e essa comparação provoca o riso”. Nesse aspecto, o riso surge quando a figura do pastor é relacionada não diretamente a um animal, mas a um ambiente que destaca aspectos próprios de uma vida animal. Na SD1 o humor é ativado sob essa comparação/relação imagética de uma pessoa a um galinheiro.

Vale evidenciar que a relação com a imagem animal não acontece de maneira direta, e para tanto, deslocamos o conceito de Propp (1992) a respeito do cômico na comparação do homem com o animal, para esse ambiente onde o animal habita, um ambiente fora da realidade humana e dos espaços que ele ocupa. O homem não ocupa o galinheiro, mas quando o pastor se coloca nessa condição, o humor surge derivado dos aspectos que se imagina de um ambiente próprio para animais, pelo qual seria ridículo, e consequentemente cômico, imaginar um indivíduo dividindo espaço com galinhas.

É sob essa relação de sentidos construída na noção de “ridículo” e de “ambiente animal” que o líder religioso se coloca ao produzir o discurso, de forma que é pela esteira do humor que surge o riso. A imagem séria de um pastor e a seriedade com que se produz um sermão desfazem-se perante o humor, que condiciona as produções no ambiente virtual. Tomada pelos efeitos de humor, a sequência discursiva em questão produz aproximação/identificação dos espectadores pela construção de uma imagem cômica de um líder religioso, que não escapa às desventuras mais banais do cotidiano.

É preciso, portanto, considerar o fato de que o humor, ao produzir o riso do ridículo, unifica e atrai os sujeitos em interação discursiva, tendo em vista que o ato de rir do infortúnio do outro pode fazer com que o sujeito se enxergue nele e ria de si mesmo. Essa identificação é o elemento necessário para as movimentações no espaço virtual e nas redes sociais, tendo em vista que aquele que se identifica com um determinado acontecimento discursivo produzido pelo viés do humor, consome com mais frequência aquele determinado tipo de produção discursiva e assim, gera engajamento e interações no espaço virtual. Dessa forma, pensando no aspecto de identificação, Propp (1992) se referindo à comicidade que há na semelhança/identificação, afirma que nossa apreciação pelo outro emerge a partir das particularidades e das individualidades irrepitíveis que cada ser humano possui, quando, porém, percebemos que duas pessoas possuem características, traços e trejeitos idênticos,

desvendamos o que seria um defeito, se pensarmos que ninguém é absolutamente igual ao outros, e é nesse desvendamento que o cômico surge.

Na sequência discursiva em questão, não há necessariamente uma relação de se ver tal qual o outro é fisicamente como coloca Propp (1992), mas pela possibilidade de produzir no sujeito uma identificação da realidade e do cotidiano ridículo/infortúnio do outro, deslocamos esse conceito de comicidade na semelhança que Propp (1992) levanta, para relacionar essa semelhança comportamental com os eventos trágicos/ridículos que todo homem vivencia. Nesse sentido, torna-se fácil a identificação com o outro, sobretudo, quando esse outro se desfaz de sua posição de autoridade religiosa, marcando sua posição humana e colocando-se, no discurso, como objeto de riso.

O humor é uma das condicionantes do espaço virtual, sobre o qual em sua potencialidade, reconfigura os discursos e os sujeitos, e é na esteira desse espaço que Miklos (2012, p.40) afirma que “a linguagem religiosa muitas vezes assume a linguagem do espetáculo, para fazer aparecer o aspecto fantástico e prender a atenção”. O humor, por sua vez, se engendra nesse espetáculo, a fim de prender, conectar e unir os sujeitos.

Compreendemos que na SD1 o sermão construído por meio de uma narrativa cômica, na descrição de eventos que retratam desventuras no cotidiano, estimulam o humor e o riso a partir do ridículo, desenvolvendo o sentido final do sermão e da publicação compartilhada, além de produzir efeito de conexão, de identificação do espectador com o discurso religioso. Vejamos agora, a próxima SD e os efeitos que ela suscita no humor:

SD2: “Esses dias eu tava em Balneário Camboriú, entrei no quarto do hotel e minha mulher falou assim: absurdo Cláudio! Falei: O que foi?. O nosso filho tá dando uma almoço amanhã e nem convidou a gente... Eu falei: ué, mas nós mora no Rio e o almoço é lá, nós estamos em Balneário ... ele não deve ter convidado porque nós estamos viajando ... é lógico! Minha vontade era falar: você é louca? Nós estamos em Balneário, o menino está fazendo um almoço no rio, ele ia nos convidar pra quê se nós já estamos aqui um montão de dias?. Eu falei isso? Claro que não. Eu fiz assim por que aprendi ... ela deu uma voz de decepção e eu precisei aumentar o volume da minha e dizer: É isso aí! Filho é assim, nós cria, cuida, cresce e esquece da gente, nos abandona, e não nos convida nem pra o almoço. Ai ela olhou pra mim e disse assim: Filho, será que não é por que nós estamos viajando?. Uma comunicação inteligente ... [risos] pode evitar uma série de problemas.

Pr. Cláudio Duarte publica esse discurso a partir de uma premissa sob a qual se sustenta o *post* em sua rede social no *Instagram*: “A maneira de discordar de uma mulher e continuar vivo”. Essa concepção exagerada de que há um modo de “não morrer” ao discordar de uma mulher, é por si só uma concepção que desperta o humor, haja vista, que o ato de relacionar a discordância com uma mulher com a possibilidade de morrer é um exagero que provoca o

cômico e, conseqüentemente, surge como atmosfera que desponta a expectativa sob a qual o seguidor produzirá os sentidos produzidos no discurso. Isso significa dizer que, antes do *play*, há um “ambiente” que prepara para o humor, a partir da escolha do próprio título.

Tendo em vista esse “ambiente *pré-play*”, que condiciona os sentidos pelos quais o fiel conectado interpretará o vídeo, vejamos o seguinte trecho: *“Minha vontade era falar: você é louca? Nós estamos em Balneário, o menino está fazendo um almoço no rio, ele ia nos convidar pra quê se nós já estamos aqui um montão de dias?. Eu falei isso? Claro que não. Eu fiz assim porque aprendi...”*. Nesse trecho há uma quebra de expectativa, o pastor constrói na narrativa do enredo uma expectativa do que se espera que seja dito, e inesperadamente ele não diz. Não diz porque, segundo Batista e Souza (2021), há um estereótipo comportamental no imaginário da sociedade a respeito da mulher, e para isso, deslocamos esse conceito de Batista e Souza (2021) para um estereótipo que se move dentro da noção dos comportamentos da mulher no matrimônio, estereótipo que aponta para uma mulher/esposa que é por vezes “sempre certa” e resistente a contrariedades, de maneira que quando o pastor diz *“Eu falei isso? Claro que não. Eu fiz assim por que aprendi ...”*, traz à tona esses sentidos do estereótipo construídos no imaginário do expectador, ao passo que a quebra do esperado no discurso, unido aos sentidos em relação ao comportamento feminino, provoca o humor e, conseqüentemente, o riso.

Na seqüência do discurso, após a quebra do esperado, o pastor reproduz de modo caricaturado uma expressão típica do que se espera de um pai, que também é esposo, ao dizer: *“É isso aí! Filho é assim, nós cria, cuida, cresce e esquece da gente, nos abandona, e não nos convida nem pra o almoço. Ai ela olhou pra mim e disse assim: Filho, será que não é por que nós estamos viajando?. Uma comunicação inteligente ... [risos] pode evitar uma série de problemas.* A resposta da esposa/mulher estereotipada, uma resposta óbvia, provoca o riso do público, que no percurso da narrativa, entre o esperado e o inesperado, se prende ao cômico, na mesma proporção que se enche da expectativa de como “não morrer” ao discordar de uma mulher, de maneira que o pastor responde a essa expectativa, ao concluir dizendo: *“Uma comunicação inteligente ... [risos] pode evitar uma série de problemas.”*, a comunicação inteligente é portanto, o ato de nunca discordar, caso queira continuar vivo e/ou evitar problemas ocasionados por esse perfil de mulher/esposa caricaturada, um perfil que recebe características generalizadas e estereotipadas de resistência à contrariedades.

O ideário sobre a mulher é construído no discurso, mobilizando, nas formações discursivas, sentidos que ativam imagens e um pré-construído sobre a figura feminina, especialmente, nesse aspecto caricaturado da mulher como “esposa mandona”. Orlandi (2020, p.28) afirma que “os sentidos não estão só nas palavras, nos textos, mas na relação com a

exterioridade”, de forma que os sentidos que são ativados na memória do dizer movem-se independente do que é dito naquela instância, mas que a partir da formação discursiva mobilizada, desmembra sentidos “que afetam o modo como o sujeito significa em uma situação discursiva dada” (Idem, p.29).

Ao definir o exagero como aspecto cômico, Propp (1992, p.88) afirma que “o exagero é cômico apenas quando desnuda um defeito”, tendo em vista que, em algumas instâncias, o “defeito” é motivo para o riso. Na SD2, percebemos, então, que o defeito se encontra na mulher não entender o óbvio e na sua intransigência, caso fosse contrariada, apresentando o “risco” que o esposo corria na possibilidade de discordar. O humor surge no exagero do defeito, o que desencadeia toda a narrativa. Sigamos para a próxima sequência a discursiva (SD3) a ser analisada:

SD3: *Na casa a gente geralmente divide as tarefas, não é? A mulher fica com 99% e o homem fica com 1%. É bem assim, não é? Só tem um homem aqui, mas é assim. A gente é a maioria. A gente faz tudo e os homens fazem assim, um pouco. Na minha casa, a tarefa do meu marido é virar o botijão de água mineral, aquele de vinte litros. Meu marido sempre fez isso a vida inteira. Até o dia que eu estava passando pela cozinha e vi meu marido lavando o botijão de água mineral, porque tem que lavar. Quando eu vi ele lavando com a bucha e o detergente, que eu cheguei perto, percebi que o gargalo tava cortado... gente, ele com o maior jeito, assim “ó”. Eu disse: Menino pelo amor de Jesus, tu cortou o gargalo antes de lavar? Primeiro tu lava com sabão, joga a água e depois tu tira. Ai ele fez: Pois eu sempre fiz assim. Ai eu: Meu Deus eu “tô” bebendo água com sabão esses anos todos e não sabia?. Porque o sabão ia cair fatalmente na água. Aí ele disse assim: Mas esse é o meu jeito, eu sempre fiz assim. Gente, na hora... vem aquele negócio assim dentro da gente... a minha vontade era dizer assim: “rapai” nem “pá” lavar um botijão de água mineral. Não dá uma vontade de dizer, se fosse outra pessoa dizia: Tudo sou eu nessa casa! Cuido de dois menino, faço a feira, “num” sei o que... a única coisa, a única coisa que eu peço, meu Deus. Quem tá rindo, tá se identificando. Só que ai eu respirei fundo... e disse: Pois tá certo. E fui pra o quarto me “comeno”, doida pra falar. Gente, não deu três minutos, ele chegou no quarto rindo: Meu Deus como foi que eu nunca pensei nisso?. Eu disse: Não sei também. E pediu perdão rapidinho.*

Ao refletir sobre as manifestações do humor nos discursos, é preciso antes pensar sob qual esteira ele surge, e é sob esse pensamento que temos desenvolvido as análises. Percebemos que o humor surge sob a esteira do ridículo, do infortúnio do outro, bem como do exagero e do desnudamento dos defeitos. Nas nossas mais ínfimas descobertas e nesse percurso construído até aqui, compreendemos que podemos continuar encontrando inúmeras esteiras sob a qual o humor surgirá e nos servirá à mesa, isto porque, o humor e o riso é parte indispensável das interações sociais. Nas palavras de Propp (1992), não é possível imaginar uma sociedade ausente de humor e totalmente séria, sem lidar com a realidade e com cotidiano por meio dos artifícios que o humor fornece, o autor ainda afirma que mesmo que houvesse uma sociedade assim, ela não se sustentaria.

Dessa forma, se o humor é indispensável para as interações sociais, nos manteremos buscando encontrar as maneiras sob as quais o humor é produzido nos discursos. Vejamos, pois, o seguinte recorte da SD3: *Na casa a gente geralmente divide as tarefas, não é? A mulher fica com 99% e o homem fica com 1%. É importante mencionar o modo sarcástico, como a SD3 aponta para uma incompatibilidade na divisão das tarefas domésticas, de modo que no discurso surge o questionamento: “Na casa a gente geralmente divide as tarefas, não é?” o ouvinte, no caso em questão, o seguidor, espera um retorno comum, afinal dividir as tarefas é um ato comum no cotidiano familiar, na quebra dessa expectativa do ouvinte, a pastora continua: “A mulher fica com 99% e o homem fica com 1%., há nesse trecho do discurso uma incompatibilidade ou uma contradição do que se espera que aconteça. Sobre a relação entre contradição e humor, Propp (1992) afirma que quem ri de um efeito contraditório, ri porque tem algumas noções construídas do que seria justo e correto, ou até mesmo algum instinto que aponte para exigências morais.*

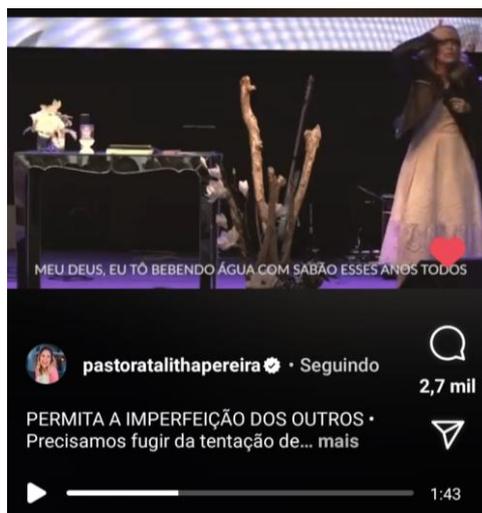
Partindo da compreensão de que a divisão das tarefas parece ser algo justo, a comicidade se produz na quebra da expectativa, que demonstra uma divisão injusta. O espectador é preso subitamente em uma surpresa sarcástica, um sarcasmo preenchido de sentidos de uma divisão entre marido e mulher, que é incompatível se pensar nas relações cotidianas do casal. É nessa drástica incompatibilidade ou contrariedade, do que o espectador do sermão considera previamente correto, que o humor satírico surge no discurso.

Ferreira (2017, p.4), ao refletir a respeito das manifestações do sarcasmo, “não deixa dúvidas quanto ao seu potencial jocoso”. Há, na SD3, uma produção de sentidos que implica com o outro, e aquele que “assiste” a essa implicância ri e compreende o sentido. Assim, o humor é ativado no conjunto de sentidos que se constrói à medida que a história é narrada e no tom satírico pelo qual os sentidos são produzidos.

Na sequência da narrativa, conta-se um fato trágico que provoca o riso: *“Eu disse: Menino pelo amor de Jesus, tu cortou o gargalo antes de lavar? Primeiro tu lava com sabão, joga a água e depois tu tira. Ai ele fez: Pois eu sempre fiz assim. Ai eu: Meu Deus eu “tô” bebendo água com sabão esses anos todos e não sabia.*

Retomemos a noção do cômico que surge a partir do ridículo e do infortúnio do outro, que já refletimos na análise da SD1. Sobre isso, Propp (1992, p.94) pontua que “será cômico um revés das coisas miúdas do dia a dia do homem, provocado por circunstâncias igualmente banais”. Quando a pastora se dá conta de que talvez tenha bebido água com sabão a vida toda sem saber, o público ri do infortúnio banal.

FIGURA 1 – O humor no discurso de Pra.Talitha Pereira



(Fonte: Página do Instagram de Pra. Talitha Pereira, 2020)⁷

É nessa relação de exagero e infortúnio que o humor surge na SD3, sobretudo, pelo conjunto de sentidos que foi desenvolvido ao longo da narrativa, isto é, a divisão imparcial das tarefas colocada para o público com bastante sarcasmo, a cena de um ambiente familiar sob o qual a figura masculina do esposo carrega uma única responsabilidade e ainda não executa segundo o conceito do correto. Como consequência, produz-se um certo drama: *“a minha vontade era dizer assim: “rapai” nem “pá” lavar um botijão de água mineral. [...] Tudo sou eu nessa casa! Cuido de dois menino, faço a feira, “num” sei o que... a única coisa, a única coisa que eu peço, meu Deus.”*

É por ser uma situação de infortúnio que é justamente cômico, é em uma realidade que identifica, que suscita o riso no público feminino sob o qual o dizer se direciona, de maneira que esse público se enxerga no drama e ri, ri não somente do outro, mas por se reconhecer na cena/na trama e assim, ri indiretamente de si mesmo.

A identificação do público é ressaltada pelo próprio dizer em destaque: *“Quem tá rindo, tá se identificando.”*, ilustrando o que construímos no processo analítico dessa sequência discursiva, de modo que compreendemos que a chave dos recortes específicos da produção de discursos humorísticos imbuídos no discurso religioso, publicados estrategicamente nas plataformas sociais dos líderes religiosos, ocorre inevitavelmente pela potencialidade de identificação que o humor carrega.

⁷ Disponível em: https://www.instagram.com/tv/B-u_BJEBr7c/?utm_medium=copy_link. Acesso em: 14 set. 2021

Arriscamos dizer que em um outro ambiente, formalmente religioso, o discurso religioso provavelmente não levantaria um grau tão alto de identificação quanto o humor levanta e isso é condicionado pelos espaços virtuais e, conseqüente, a mensagem final não seria recebida com a flexibilidade e o engajamento que alcança.

5.2 Efeitos de atualidade, pelo viés da cultura pop

Com o mesmo compromisso que buscamos desenvolver a análise anterior dos efeitos humorísticos, procederemos à análise deste tópico, buscando observar os efeitos da atualidade, por meio dos elementos da cultura pop, no discurso religioso, bem como compreender a produção de sentidos nesse novo modo de produzir esse tipo de discurso.

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

Reativando a noção de cultura pop que já apresentamos na fundamentação teórica, compreendemos tal noção como “cultura massiva” (SOARES, 2015), que se manifesta a partir dos consumos expressivos numa dada conjuntura social, a qual perpassa, desde elementos midiáticos até a literatura, as produções cinematográficas, a arte, a música, os *games*, jogos e entre outros. Ressaltamos que são considerados elementos da cultura pop, produções que se originam na mídia, mas que, para além de sua origem, ganham expressividade nos consumos. Retomada essa noção, partiremos para a primeira sequência discursiva (SD4) dessa categoria analítica. Vejamos:

SD4: Quem assistiu o Rei leão? Lembra dele? Lembra quando Simba vê Mufasa, seu pai, morrer numa estourada de gnu? Ele é o herdeiro do trono e seu tio, Scar, diz a Simba que a culpa é dele e Simba foge. Na fuga de Simba, ele encontra um porco e um suricato, Timão e Pumba, que quando vê o leão, diz: Esse cara vai nos comer, então vamos convencê-lo de que ele não é leão. Hakuna Matata! Vamos viver de qualquer maneira. E o leão começa a comer larva, lembra disso? O tempo passou e um macaquinho com um cajado, que devia ser pastor, chega no ambiente e diz a Simba, que agora já é um leão mas que vive de maneira soluta, e diz pra Simba: Eu conheço você, você é Simba filho de Mufasa. Tem um reino te esperando. E ele diz: Não, isso é passado. E o macaquinho pega o cajado e dá uma pancada na cabeça e aí o leão ruge. Porque por mais que tentem convencer você de que você não é quem Deus disse que você é, tem um leão aí dentro de você rugindo. Você é alguém que foi

chamado para vencer. Desperta! E quando Simba vai beber água no riacho e ele olha pra o riacho, ele vê a imagem de quem? Do pai. Porque é a imagem do pai que nós devemos refletir.

A SD4 é um recorte de um sermão do Pr. Cláudio Duarte, sob o qual ele publica em seu perfil do *Instagram* especificamente esse trecho, alvo de nossa análise. O vídeo é intitulado: “Acredite no leão que tem dentro de você”, e essa é a mensagem sob a qual o uso dos elementos da cultura pop servirão de base para a produção de sentidos. A animação cinematográfica clássica da Disney, *O Rei leão*, é um forte elemento da cultura pop, que perpassa gerações e tem um alcance expressivo em massa.

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

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

Na continuidade, produz-se um gesto de interpretação inesperado pelo público, ao dizer: “*Porque por mais que tentem convencer você de que você não é quem Deus disse que você é, tem um leão aí dentro de você rugindo*”. O seguidor que ouve essa mensagem nesse ponto do discurso, se enxerga em Simba e em sua jornada.

Estrategicamente, o dizer em destaque produz o efeito de identificação por meio da comparação, e é somente pelas condicionantes do espaço virtual que se torna possível encontrar novas maneiras de se identificar e produzir sentidos, sentidos que, segundo o nosso objeto de análise, nascem sob um novo deslocamento que determina os acontecimentos discursivos,

construídos a partir de condições de produção específicas e “é assim que sentidos e sujeitos estão sempre em movimento, significando sempre de muitas maneiras e variadas maneiras.” (ORLANDI, 2020, p.34).

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

A negociação de sentido possibilita um estreitamento nas relações de identificação do sujeito face ao discurso religioso; os efeitos de atualidade que a cultura pop fornece na construção de sentido no discurso religioso, permitem que a identificação supere os pontos de contraidentificação, os quais Pêcheux (1988 [2014]) assegura que são nesses pontos que os sujeitos se encontram ligados ou não a uma dada formação discursiva.

FIGURA 2 – Elementos de “O Rei leão” no discurso do Pr. Cláudio Duarte



(Fonte: Página do *Instagram* do Pr.Cláudio Duarte, 2019)⁸

Ao dizer: “*Porque é a imagem do pai que nós devemos refletir.*”, o discurso recebe por meio da construção de sentidos uma carga significativa que aponta para os sentidos de filiação e paternidade na relação divina de Deus com o homem, que corre sob a esteira da figura dos

⁸ Disponível em: https://www.instagram.com/tv/B0g6S09g3Bk/?utm_medium=copy_link. Acesso em: 14 set. 2021

personagens da animação. O seguidor perante os sentidos que recebe ao ouvir o discurso, insere-se inevitavelmente na história do clássico, colhendo dela os novos sentidos que contribuirão para o seu conceito de fé e divindade.

Compreendemos, portanto, que no interior das formações discursivas, os sentidos significam conforme um imaginário pré-existentes. Na sequência discursiva analisada, os recursos da cultura pop, no caso, a produção cinematográfica de “O Rei leão”, ativa memórias que retomam sentidos, e as condições de produção que articulam o discurso religioso no espaço virtual, produzindo novas maneiras de significar, à medida que, na SD4, se constrói a relação imagética do divino em relação aos personagens da animação.

Como pudemos perceber, ante a era virtual, o discurso religioso não ficou imune às determinações das práticas e consumos da contemporaneidade e rendeu-se aos elementos da cultura pop/cultura massiva, apropriando-se desses recursos para produzir sentidos. Trazemos à memória, as vezes em que as produções cinematográficas da Disney eram consideradas profanas pela religião e, nos estendemos a dizer, que eram até tidas como diabólicas. Em especial, essa produção infantil, que se encontra na SD4, foi alvo de críticas por diversos líderes religiosos nos tempos em que animação foi lançada (1995), por conter supostas cenas indevidas e mensagens subliminares que se opõem à mensagem cristã.

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

SD5: A oração, gente, é como a teia do Homem Aranha. Quem já viu o filme do Homem-Aranha? Também quem não viu Homem-Aranha, não dá pra assistir pregação não. O Homem-Aranha ele joga uma teia, que ele puxa as coisa pra perto dele. Quando você ora, você vai lá na pessoa assim, busca ela e traz ela pra cá. Nossos parentes podem resistir aos nossos argumentos, mas eles não têm defesa nenhuma contra as nossas orações.

Na sequência discursiva (SD5), o pastor Lucinho publica em sua rede social um recorte de seu sermão que recebe o título de “Oração é igual a teia do Homem-Aranha”, um filme clássico da Marvel, que serve como elemento da cultura pop para a construção de sentidos no discurso em destaque. Já nas primeiras palavras, articula-se diretamente o hábito religioso da

oração com o poder de um super-herói (Homem-Aranha), no dizer: “*A oração, gente, é como a teia do Homem Aranha.*”, trecho que buscaremos apreender os sentidos mais à frente; mas antes, analisaremos o seguinte recorte dessa sequência: “*Quem já viu o filme do Homem-Aranha? Também quem não viu Homem-Aranha, não dá pra assistir pregação não*”.

Nesse processo de reflexão que estamos construindo, encontramos um novo modo de produzir o discurso religioso. Evidencia-se aqui o grau de atravessamento da cultura secular/cultura pop na (re)configuração do discurso religioso, de modo que condiciona-se a compreensão do sermão às referências de um filme popular. No dizer em destaque, são exigidos do fiel conhecimentos do mundo pop, demonstrando, assim, o reconhecimento de que junto à reconfiguração desse discurso está também a reconfiguração do fiel, o qual consome conteúdos pop e interage nas redes para além dos enquadres formais da religião.

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

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

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

Com a figura do Homem-Aranha posta como aquele que detém o poder, ao dizer: “*O Homem-Aranha ele joga uma teia, que ele puxa as coisa pra perto dele. Quando você ora, você vai lá na pessoa assim, busca ela e traz ela pra cá.*”, o discurso tensiona os sentidos para o seguidor, de modo que ele produza uma relação de autoimagem em relação à figura heroica, possibilitando que os sentidos que os ouvintes já têm construído por meio do que conhecem da produção cinematográfica, sejam agora ativados no campo do real e do possível.

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

Observamos na SD5 uma saturação de sentidos em torno do superpoder e do heroísmo: “*Nossos parentes podem resistir aos nossos argumentos, mas eles não têm defesa nenhuma contra as nossas orações*”. O uso de termos como “resistir” e “defesa” contribuem para a construção de sentido desenvolvida ao longo do discurso, tendo em vista que termos como esses, nos últimos anos, receberam sentidos na esfera política, que ativam na memória discursiva noções que remetem à oposição e resistência. Portanto, a oração como a teia do Homem-Aranha é, segundo a noção elaborada, irresistível e não há quem possa se opor.

Consideramos, portanto, que os recursos da cultura pop reconfiguram o discurso religioso de modo a produzir um efeito de atualidade e de proximidade com a realidade dos seguidores, estreitando as relações de sentido que os seguidores possuem, previamente, com os elementos do pop e com a noção religiosa. Prossigamos para a última análise da sequência discursiva (SD6) dessa categoria analítica:

SD6: Nós temos que aprender a andar na vida sem surtar. É engraçado que a gente vê as coisas acontecendo na vida do outro, a gente fala assim: É normal, “tá” colhendo as coisas que fez. Mas quando acontece com a gente, dá pulo dessa altura e fala assim: Oh, como que o Senhor deixou?. Ué, eu deixei porque você “tá” vivo e quem “tá” vivo tem que passar por... Não, eu quero jogar o primeiro vídeo game do mundo sem fase. Irãão, eu jogo vídeo game com o Davi. Vídeo game é a cultura mais inútil do mundo é vídeo game. Você nunca viu uma pessoa jogar vídeo game e falar assim: Nossa, eu “tô” saindo daqui uma pessoa bem melhor nesse jogo, matei muitos aqui no Call of Duty, mas minha alma engrandece ao Senhor, meu espírito se alegra em Deus meu salvador. Mas tem uma coisa que o vídeo game te ensina: passar de fase. Até que chegue uma fase lá na frente onde você foi pegando tantas manhas ao longo do jogo que você pode encarar o chefão. Não queira encarar o chefão sem ter

passado pelas fases, porque você não vai aguentar. A vida vai te treinando para desafios cada vez maiores. Quem quer grandes vitórias? Sabe de onde vem grandes vitórias? De grandes problemas.

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

Entendido que há nos *games* uma influência significativa no pop, prossigamos para compreender em que medida o dizer construído na SD6 significa para um público que é tomado por elementos do pop. No dizer: “*Não, eu quero jogar o primeiro vídeo game do mundo sem fase. Irmão, eu jogo vídeo game com o Davi. Vídeo game é a cultura mais inútil do mundo é vídeo game*”, abrem-se possibilidades de interação e produção de sentidos com um outro universo que não é propriamente o universo religioso, mas que assim o faz, na expectativa de integrar mundos que, unidos, produzirão significados que aproximam um público de perfil atual, contemporâneo, secular, mas que, perante o discurso religioso, que é por excelência, antigo e, por vezes, considerado ultrapassado, encontra meios de identificação.

Algo mais potente acontece quando um líder religioso, na figura de um pastor, como no caso da sequência discursiva em questão, se vale de referências de atualidade pelo viés da cultura pop para produzir um sermão. Orlandi (2020), ao delimitar as noções de “relações de força”, segundo as perspectivas dos estudos em análise de discurso, afirma que se o sujeito fala de um dado lugar, as palavras significam diferente do que se falasse de um outro dado lugar, como por exemplo, “o padre fala de um lugar em que suas palavras têm autoridade determinada junto aos fiéis etc.” (ORLANDI, 2020, p.37), ou seja, nessa perspectiva das relações de força, os lugares valem na comunicação.

Essas relações de força entre a posição do pastor e a posição dos seguidores condicionam o modo como os sentidos serão produzidos. Quando, em um discurso, constrói-se uma posição de pastor que traz sua realidade cotidiana pessoal para os púlpitos e menciona que faz uso de vídeo game em sua rotina, tem-se como efeito não somente a aproximação à cultura pop, mas também produz-se uma carga significativa concernente à atualidade, à secularização. Ainda que, no dizer em destaque, sejam feitas menções que apontem para uma inutilidade dos *games*,

o uso dessas referências dos elementos pop contribui significativamente para a influência final que o sermão produzirá.

No dizer: “*Vídeo game é a cultura mais inútil do mundo é vídeo game.*”, surge um jogo contraditório em que o objeto da cultura pop é, ao mesmo tempo, “inútil”, mas tomado como referência para o sermão. Esse jogo aponta para os aspectos sobre os quais estamos refletindo, ao longo da análise, aspectos que nos fazem pensar sobre a relação constitutiva entre o discurso religioso, por natureza, tradicional, e um discurso tomado pelas condicionantes secularizadas do espaço virtual. No ambiente tradicional e eclesiástico, ainda há resistência a práticas excessivas que tensionam vícios, como práticas de jogos e games. Esse é o o cerne da contradição que configura o discurso religioso, atravessado pela cultura pop. Nesse recorte da SD6, a inutilidade/perniciosidade dos games *versus* a utilidade que se sugere que haja ao fazer uso de vídeo game se confrontam, fazendo surgir os embates do discurso religioso no espaço virtual. Essa posição, no entanto, não anula as condicionantes que determinam as produções no virtual, de modo que o discurso religioso “esquece” esses confrontos e move-se, conforme as condições de produção do ambiente.

No ambiente virtual, essas referências que integram pop e fé, são quase que exigidas para as produções que se fazem nesse espaço. *Posts* e compartilhamentos de trechos de sermões que se imbricam com a cultura pop, na finalidade de produzir um discurso religioso atual, movimentam-se nas mídias como parte constituinte dela. Aos usuários desse espaço, resta tomar a forma dos enquadres e das condicionantes dele, ainda que de modo autêntico e particular, cada um que, por trás das telas, consome produtos midiáticos, os consome de modo específico que somente um ambiente tomado por *clicks* e *bits*, os condicionará.

Um líder religioso pode, por exemplo, manter o discurso religioso nas formas que se enquadra em sua própria natureza, mas no ato de compartilhar no ambiente virtual, fará de modo estratégico, a fim de enquadrar-se nas condicionantes que o espaço impõe. Por essa razão, é comum que, em um sermão de 1 hora, por exemplo, recorte-se uma breve passagem engraçada ou que se utilize de elementos populares para que seja postada no *Instagram*. É o que ocorre com a SD6, publicada no *Instagram* do Pr. Lucinho: “*Você nunca viu uma pessoa jogar vídeo game e falar assim: Nossa, eu “tô” saindo daqui uma pessoa bem melhor nesse jogo, matei muitos aqui no Call of Duty, mas minha alma engrandece ao Senhor, meu espírito se alegra em Deus meu salvador. Mas tem uma coisa que o vídeo game te ensina: passar de fase*”. Notemos que, termos que outrora se “estranhariam”, no discurso produzido e publicado em um ambiente virtual, agora conversam e produzem sentidos ainda que colocados como contrapontos, “*matei muitos aqui no Call of Duty*” e “*minha alma engrandece ao Senhor, meu*

espírito se alegra em Deus meu salvador.” juntos significam satisfatoriamente na relação que combina discurso religioso e cultura pop, essa relação se realiza somente sob as possibilidades que o ambiente virtual fornece.

Ainda que juntos signifiquem satisfatoriamente, identificamos mais um embate, como consequência das produções no espaço virtual, um embate que se opõe à natureza do discurso religioso. Os jogos de vídeo game, são por vezes, criticados por líderes religiosos, pelo motivo expresso no dizer: *“matei muitos aqui no Call of Duty”*. O ato de matar, presente na maioria dos jogos, é religiosamente de natureza pecaminosa, ainda que seja em um ambiente de puro entretenimento, como é o caso dos jogos de vídeo game, e dessa forma, trazer referências de elementos da cultura pop que afligem a mensagem religiosa seria confrontante. Mas, pelos sentidos mobilizados nessa formação discursiva e no todo que constrói, há uma ressignificação, tornando “aceitável” o uso de referências como essas, possibilitando estreitar as relações entre o religioso e o secular.

Ao dizer: *“Até que chegue uma fase lá na frente onde você foi pegando tantas manhas ao longo do jogo que você pode encarar o chefe. Não queira encarar o chefe sem ter passado pelas fases, porque você não vai aguentar.”* aqui, produz-se um imaginário no qual a posição do fiel é a de personagem do jogo. Há um efeito metafórico no qual deve-se jogar na vida, como quem joga Call of Duty e nos mais diversos jogos desse mundo dos games. É a produção de sentidos que significa para um público, cujo perfil se enquadra nas atualidades dos elementos pop.

Nessa sequência, há uma divindade que convoca para esse jogo, ao construir um possível diálogo entre Deus e o ser humano: *“Oh, como que o Senhor deixou?. Ué, eu deixei porque você “tá” vivo e quem “tá” vivo tem que passar por...”*, de maneira que no desenvolvimento da SD6 há uma montagem de referências que produzem sentidos que não desassocia a vida cristã com os recursos da cultura pop, pelo contrário, as unifica.

São nessas articulações constituídas por embates e negociações de sentidos que o discurso religioso, no entrelaçamento com a cultura pop, reconfigura suas práticas ante a era midiática e as determinantes do espaço virtual.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

No percurso que o discurso religioso tem feito ao longo história, movimentando-se entre meios e espaços que lhes fornecem possibilidades de se comunicar com o homem, destacamos, neste trabalho, o funcionamento do discurso religioso no espaço virtual, de modo que buscamos encontrar os aspectos que atravessam a constituição desse discurso.

Nos gestos de interpretação que realizamos, no zelo de nos mantermos afastados das evidências e dos seus efeitos ilusórios (ORLANDI, 2020), encontramos duas categorias pelas quais mostraram-se recorrentes na produção do discurso religioso no ambiente virtual: (1) efeitos de humor e (2) efeitos de atualidade, pelo viés da cultura pop. Nossas análises apontaram para o fato de que esses efeitos são produzidos de modo a engendrar processos de identificação dos usuários ao discurso religioso.

Compreendemos, sobretudo, que a produção desse discurso mantém sua origem no âmbito religioso, mas que no traslado para o espaço virtual comporta-se de modo específico, tomado pelos enquadres das condicionantes desse espaço. Nos efeitos do humor, consideramos significativo a noção de identificação e interação que surge quando o humor emerge à medida em que o discurso se desenvolve, por meio das esteiras do ridículo, do sarcasmo, do exagero e na auto identificação com o ridículo no outro.

O riso, como resposta ao humor, é a potente fórmula que une e produz interação no ambiente virtual, de modo que ele é estimulado e exigido nas produções realizadas nesse espaço. Percebemos que os sentidos que são produzidos por meio do humor no discurso religioso rompem as paredes da religião e das formalidades exigidas por ela. O usuário que se encontra com esse novo modo de experiência perante a mensagem religiosa, se identifica e encontra novos sentidos, segundo as condições de produção (CP) do discurso religioso nas mídias, considerando que são essas condições envolvem os sujeitos e a situação.

No contraste que constitui a expectativa de que o discurso religioso seja, em termos mais gerais, um discurso de seriedade, com relação a sua interação com os efeitos do humor, percebemos que o contraste produz uma combinação que é mais significativa e satisfatória do que qualquer outro aspecto que lhe faça divergir. Tendo em vista que é no humor que o discurso religioso movimenta suas finalidades e encontra um campo fértil para a expansão da mensagem.

Quantos aos efeitos de atualidade pelo viés da cultura pop, compreendemos que há no consumo do discurso religioso produzido no espaço virtual, um público que difere do público que compõe o ambiente eclesial; nas redes sociais circulam aqueles a quem identificamos

como fiel-internauta, bem como, há um público que compõe o ambiente religioso empírico, mas também, permeia o espaço virtual, consumindo as produções dos dois mundos.

Para essa nova configuração de fiel que consome os elementos da cultura pop e, conseqüentemente, as produções de origem midiática, se produz um novo discurso religioso com sentidos movidos para a atualidade, tornando a cultura pop a esteira pela qual percorrem essas produções e geram engajamento e identificação.

Identificamos, por meio das análises dos vídeos compartilhados nas redes sociais dos líderes religiosos, uma negociação de sentidos que acontece na relação dada entre religião e cultura pop. Essa negociação se fundamenta na expectativa de aproximar o fiel-internauta a mensagem religiosa, de modo que ele possa identificar no sagrado elementos que compõem e significam na atualidade e em suas vivências nos espaços empíricos e virtuais.

Observamos que, se nesse aspecto de produção discursiva pelo viés da cultura pop, apresentam-se regularidades nas referências do mundo cinematográfico e nos *games*, relacionando a imagem divina com as produções pop, tensionando o imaginário do fiel-internauta a perceber o divino nos recursos que a cultura pop fornece, de igual modo, identificamos também os embates e tensões constitutivos nessa nova configuração do discurso religioso, tensões que se movem entre o religioso e o secular, o sagrado e o profano. A figura do líder religioso, em sua crescente presença no espaço virtual, produzindo discursos religiosos que significam na atualidade, impulsiona a expansão desse novo modo de funcionamento do discurso no espaço virtual, de modo que abre possibilidades de alcance para além do fiel tradicional.

Nasce, portanto, uma nova experiência com o discurso religioso, ante a possibilidade de encontrá-lo para além dos púlpitos de madeira, com um novo modo de se movimentar entre as malhas do virtual, tomado por aspectos que aproximam e se identificam com um todo; um todo que não se encontra nas quatro paredes da igreja, mas que pode acessar a mensagem religiosa após um *click*.

Poderemos ampliar a análise e o encontro com esses aspectos/regularidades em um trabalho posterior. Entendemos que é preciso conceber discurso religioso como concebemos os demais discursos que se movem na sociedade, isto é, aquele que emerge nos entremeios do sujeito, da ideologia e do sócio-histórico e que, dessa maneira, não encontra-se estancado em seus aspectos formais/tradicionais, mas que, pela incompletude da condição da linguagem, encontra abertura para o possível e para novas possibilidades de significar.

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

REFERÊNCIAS

- BACKO, Larissa Tamborindenguy; AMARAL, Adriana. **“It’s a trap”**: reflexões acerca da cultura pop como fenômeno midiático. Mato Grosso Sul: Compós, 2020.
- BERGSON, Henri. **O riso**: ensaio sobre a significação do cômico. Rio de Janeiro, Zahar editores, 1983.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. São Paulo: Coletivo Periferia, 2003. *E-book*.
- DIAS, Cristiane. Para uma compressão discursiva do digital. In: GRIGOLETTO, Evandra; DE NARDI, Fabiele Stockman (org.). **A análise do discurso e sua história: Avanços e perspectivas**. Campinas: Pontes Editores, 2016, p.297-309.
- FRANÇA, Thiago Alves; GRIGOLETTO, Evandra. Imagens do/no espaço virtual: sobre as condições de produção de ódio no facebook. In: SILVA, Francisco Vieira; ABREU, Kélvya Freitas (org.) **O império digital**: teoria, análise e ensino. São Carlos: Pedro e João, 2018.
- FERNANDES, Cleudemar Alves. **Análise do discurso**: Reflexões Introdutórias. São Carlos: Claraluz, 2008.
- JERÓNIMO, Nuno Amaral. **Humor na sociedade contemporânea**. Covilhã, 2015
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução. Carlos Irineu da Costa. São Paulo, 3ª edição, 2010.
- LÉVY, Pierre. **O que é virtual?**. Trad. Paulo Neves. São Paulo, Ed.34, 1996.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. **Like a prayer**: articulações da cultura pop na midiaticização da religião. CARREIRO, Rodrigo. FERRARAZ, Rogério. SÁ, Simone Pereira de. (orgs). Cultura pop. Brasília: Compós, 2015, p.57-72.
- MIKLOS, Jorge. **Ciber-religião**: a construção de vínculos religiosos na cibercultura. Aparecida, SP: Ideias & Letras. 2012.
- MAZIÈRE, Francine. **A análise do discurso**: histórias e práticas. Tradução: Marcos Marcionilo. São Paulo: Parábola, 2007.
- MUSSALIM, Fernanda. Análise do Discurso. In: **Introdução à linguística**: domínios e fronteiras. São Paulo: Cortez, 2012, p.101-142.
- NETO, Antônio Fausto. **Fragmentos de uma analítica da midiaticização**. Matrizes, [S. l.], v.1, n.2, p.89-105, 2008.
- ORLANDI, Eni P. **Análise de Discurso**: Princípios e procedimentos. 13º ed. Campinas: Pontes, 2020.
- ORLANDI, Eni. P. Historicidade, indivíduo e sociedade: o sujeito na contemporaneidade. In: INDURSKY, Freda; FERREIRA, Maria Cristina; MIITTMAN, Solange (org.). **O discurso na contemporaneidade**: materialidades e fronteiras. São Carlos: Claraluz. 1ª ed., 2009, p. 13-19.

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

PÊCHEUX, Michel. Ler o arquivo hoje. *In*: ORLANDI, Eni P. (org.) [et.al]. **Gestos de Leitura**: da história no discurso. Tradução: Bethânia S.C. Mariani [et.al]. Campinas: Editora da Unicamp. 1994, p.55-66. (Coleção Repertórios)

PÊCHEUX, Michel. **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução a obra de Michel Pêcheux./ Françoise Gadet; Tony Hak (org.). Bethania S. Mariani ... [et.al.] tradutores. Campinas, UNICAMP, 1997.

PROPP, Vladímir. **Comicidade e Riso**. São Paulo: Ática, 1992.

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

SANTOS, Roberto Elísio dos e ROSSENTTI, Regina (orgs.). **Humor e riso na cultura midiática**: variações e permanências. Paulinas, 2012.

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

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

SOARES, Thiago. Percursos para estudos sobre música pop. *In*: SÁ, S.R; CARREIRO, R.; FERRARAZ, R. **Cultura pop**. Brasília: Compós, 2015, p. 19-30.