

Apropriação midiática das mediações culturais religiosas: A fé popular na capa da revista *Salmos & Anjos*

Mara Fernanda De Santi¹

Submetido em: 24/10/2018

Aceito em: 03/09/2019

RESUMO

As mediações culturais advindas do campo religioso constituem um forte elo entre os sujeitos sociais e permeiam relações nos mais diferentes níveis da sociedade, independentemente de situação econômica, preferências políticas, idade ou gênero. O objetivo do presente artigo é investigar de que maneira um veículo de comunicação impressa de circulação nacional e com periodicidade mensal, a revista *Salmos & Anjos*, através da utilização de elementos simbólicos e textuais do catolicismo popular, reproduz essas mediações em suas capas, bem como observar a existência de sinais que indiquem a preservação do sentido da informação e a garantia de sua recepção. Nesta articulação, serão trabalhadas as ideias centrais sobre mediação e midiatização de Jesús Martín-Barbero (1997) e José Luiz Braga (2012), respectivamente, bem como a visão de cultura como interação de práticas sociais proposta pelos Estudos Culturais de Stuart Hall (1980) e conceitos de Folkcomunicação de Luiz Beltrão (1965), que dialoga diretamente com a questão das mediações religiosas populares.

PALAVRAS-CHAVE

Folkcomunicação; Mediações; Midiatização; Cultura Popular; Religião.

Media appropriation of religious cultural mediations: Popular faith on the cover of *Salmos & Anjos* magazine

ABSTRACT

The cultural exchanges resulting from religion are a strong link among social subjects and permeate relations across the most different levels of society, regardless economic status, political preference, age, or gender. This article aims at investigate how the monthly national

¹ Mestre em Comunicação Midiática pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (Unesp). E-mail: maradesanti2@gmail.com.

circulation Salmos & Anjos magazine appropriates symbolic and textual elements of popular Catholicism and reproduces them in their covers, and if preserving the information meaning and ensuring its reception. The research will focus on Jesús Martín-Barbero's (1997) and José Luiz Braga's (2012) central ideas on mediation and mediatization, respectively. Furthermore, it will study the culture vision as an interaction of social practices proposed by Stuart Hall's cultural studies (1980) and Luiz Beltrão's (1965) Folkcomunicação concept, which is closely related to popular religious mediations.

KEYWORDS

Folk communication; Mediations; Media; Popular Culture; Religion.

La apropiación mediática de las mediaciones culturales religiosas: Fe popular en la portada de la revista *Salmos & Anjos*

RESUMEN

Las mediaciones culturales que surgen del campo religioso son un fuerte vínculo entre los sujetos sociales y permean las relaciones en los diferentes niveles de la sociedad, independientemente de la situación económica, las preferencias políticas, la edad o el género. El propósito de este documento es investigar cómo los medios impresos mensuales a nivel nacional y mensual, la revista Salmos & Anjos, mediante el uso de elementos simbólicos y textuales del catolicismo popular, reproducen estas mediaciones en sus portadas, así como observar la existencia de signos que indiquen la preservación del sentido de la información y la garantía de su recepción. En esta articulación, se desarrollarán las ideas centrales sobre mediación y mediatización de Jesús Martín-Barbero (1997) y José Luiz Braga (2012), respectivamente, así como la visión de la cultura como una interacción de las prácticas sociales propuestas por los Estudios Culturales de Stuart Hall (1980).) y conceptos de Comunicación popular de Luiz Beltrão (1965), que dialoga directamente con el tema de las mediaciones religiosas populares.

PALABRAS CLAVE

Comunicación popular; Mediaciones; Mediatización; Cultura popular; Religión.

Introdução

Mesmo com a relevante perda de fiéis ao longo dos últimos anos, o Brasil ainda é um país de orientação religiosa declarada predominantemente católica. De acordo com a última pesquisa do Instituto Datafolha sobre o tema Religião, 50% da população nacional segue o catolicismo, seguida por uma boa parcela de evangélicos (29%) e um crescente grupo de brasileiros que declara não ter religião (14%). No fim dessa lista, estão aqueles que seguem

outras religiões, como espiritismo, umbanda e budismo. O Brasil já foi mais católico: no senso realizado pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) no ano de 1970, 91% da população declarou pertencer ao catolicismo. A responsabilidade histórica sobre essa hegemonia recai sobre o processo de colonização do Brasil: além dos navegadores e exploradores, as naus que por aqui aportavam traziam consigo os missionários religiosos, cujo objetivo em terra firme era levar a fé cristã aos limites de cada território – vale lembrar que Portugal era naquele momento, e continua sendo, um país essencialmente católico.

A formação católica no período colonial aconteceu de duas maneiras simultâneas, contando, de um lado, com os ofícios tradicionais e burocráticos do clérigo e, de outro, com as práticas populares trazidas pelos colonizadores de fato, os leigos que assumiam em sua família e em sua comunidade a organização de terços e procissões, que faziam promessas e benzeduras e, principalmente, reforçavam o culto aos santos. Sobre a construção dessa religiosidade popular brasileira, “[...] o Catolicismo no Brasil se imbuuiu de festividades e foguetórios, animando uma população mal regida por um clero escasso e inculto. Distribuíam-se padres de modo irregular pelo território brasileiro, concentrando-se no litoral, nas cidades maiores, de mais fácil assistência e manutenção.” (MACEDO, 2008, p. 9). A extensa faixa territorial e a falta de organização efetiva da Igreja Católica deu margem para que essa segunda frente, o catolicismo popular, crescesse a passos largos e recebesse o aporte considerável das crenças indígenas e africanas, numa mestiçagem que se retrata até hoje nas mais diversas manifestações religiosas pelo Brasil.

Essa breve contextualização histórica é relevante para que se investigue e se busque o entendimento sobre como os cânones religiosos foram transformados e relidos a partir das mediações culturais dos indivíduos e, principalmente, de que forma as interações sociais e a incorporação dessas informações pela mídia pode criar a identificação (produção de sentido) desejada. No presente artigo será realizada a análise de três capas da revista *Salmos & Anjos*, uma publicação mensal, de formato pequeno (13,5 X 20,5 cm), com 48 páginas em papel jornal e capa em papel couchê e que custa R\$ 1,99 (preço praticado em julho de 2017). As capas escolhidas são as dos meses de dezembro (2016), janeiro e junho (2017), para que seja possível trabalhar com três momentos diferentes e importantes para o público católico, a saber: o final do ano, com as festividades natalinas e a celebração do nascimento de Jesus; o começo do ano, com as perspectivas de mudança e o vislumbamento do início de um novo

ciclo; e o meio do ano, quando os festejos juninos acontecem em celebração a vários santos importantes para o catolicismo no Brasil, como Santo Antônio.

Mediações comunicativas da cultura: A força da fé

Quando Martín-Barbero (1997, p. 285) destaca a necessidade de se compreender o papel comunicativo da cultura da América Latina e, principalmente, abandonar o paradigma unilateral que define o receptor como mero codificador de uma informação, está automaticamente o alçando ao patamar de produtor. Esse movimento abre o campo de visão das pesquisas para além da produção massiva de conteúdo dos grandes veículos e seus estudos permitem que o foco também seja direcionado para as mediações culturais que estão pautando produtos midiáticos, em um modelo de processo diferenciado de utilização social da comunicação. Considerando a definição de Martín-Barbero segundo a qual um indivíduo é um conjunto de mediações, partindo de suas experiências pessoais e sociais, de sua história, de suas tradições familiares e do conjunto de regras sociais de sua comunidade, e que essas mediações se inserem na sociedade em um processo dinâmico de circulação de informações, o território da comunicação se re-delimita como “[...] espaço estratégico de criação e apropriação cultural, de ativação da competência e da experiência criativa das pessoas e de reconhecimento das diferenças”. (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 227).

Como o foco deste trabalho são as mediações religiosas, no contexto descrito é possível observar a contribuição do catolicismo “desordenado” do Brasil Colonial para a construção de uma identidade cultural *sui generis* dessa religião neste país:

O regime de padroado teria garantido a permanência no catolicismo português, e conseqüentemente no luso-brasileiro, de práticas culturais tradicionais como as romarias, o culto aos santos com suas promessas e ex-votos, a construção espontânea (sic) de cruzeiros, capelas e ermidas, o agrupamento em irmandades e ordens terceiras, que se responsabilizavam por festas e procissões de caráter dramático e espetacular, etc; práticas que teriam desaparecido dos demais países europeus. O catolicismo luso-brasileiro caracterizar-se-ia pela forte presença dos leigos na condução da religião, por seu peso na vida familiar e social, por sua íntima ligação com a cultura brasileira e pela manutenção de um padrão burlesco nas comemorações, tornando nublados os limites entre sagrado e profano. (SOUZA, 2012, p. 292).

A construção da fé católica no Brasil se edificou em pilares tão distintos quanto distantes do catolicismo ortodoxo em boa parte de sua prática cotidiana, muito em função de questões políticas, mas, também pela forte contribuição da religiosidade de outras culturas não-européias (indígena e africana). E assim se conserva até hoje, especialmente na íntima relação com os santos de devoção, na preservação de rituais que mesclam a religiosidade com o misticismo e na crença na realização de milagres. O já bastante estudado sincretismo religioso brasileiro vai além da boa convivência entre os santos do catolicismo e as entidades da umbanda, para citar um exemplo mais clássico; está na primeira xícara de café que se oferece à imagem de São Benedito, o santo negro protetor dos escravos, ou quando se leva a criança para a benzedeira tirar o quebranto (como os pajés e xamãs faziam com os curumins de suas tribos).

Nesse sentido, o vasto trabalho de pesquisa desenvolvido por antropólogos, historiadores e sociólogos abrem inúmeras chaves de leitura para o fenômeno da religiosidade no Brasil. Sob o olhar dos Estudos Culturais, o contato entre povos desconhecidos e a construção de articulações religiosas através das mediações culturais e sociais de cada indivíduo produziram valores e sentido mesmo entre classes e grupos diferentes. Ao abordar questões conceituais de cultura popular, Stuart Hall (2003) propõe uma reflexão mais profunda sobre o uso do termo “tradição” e como ele pode estar menos relacionado à resistência e mais próximo da capacidade de adaptação de novos processos:

Esses arranjos em uma cultura nacional-popular não possuem uma posição fixa ou determinada, e certamente nenhum significado que possa ser arrastado, por assim dizer, no fluxo da tradição histórica, de forma inalterável. Os elementos da “tradição” não só podem ser reorganizados para se articular a diferentes práticas e posições e adquirir um novo significado e relevância. Com frequência, também, a luta cultural surge mais intensamente naquele ponto onde tradições distintas e antagônicas se encontram ou se cruzam. Elas procuram destacar uma forma cultural de sua inserção em uma tradição, conferindo-lhe uma nova ressonância ou valência cultural. (HALL, 2003, p. 260).

Partindo da ideia de uma “confluência de interesses”, é possível dizer que o catolicismo no Brasil, em sua forma popularizada, desenvolveu-se com o forte apelo ao devocional (no qual se destacam os santos e todas as homenagens e festejos que para eles são feitos, bem como promessas, romarias, ofertas e ex-votos) e com caráter pragmático

marcante, de resolução dos problemas cotidianos, beirando a barganha com o divino na ajuda das resoluções de toda uma sorte de problemas, que perpassam por questões amorosas até a cura de doenças graves. E é nesse cenário que se estabelecem, de maneira secular, os processos de comunicação com o divino. Como rezava uma quadrinha popular do período colonial: “muito santo, pouco padre; muita reza, pouca missa”².

Apropriação midiática e interação social: A força das palavras

O pioneiro nos estudos dos processos de comunicação popular no Brasil, Luiz Beltrão, ao construir a Teoria da Folkcomunicação nos idos dos anos 1960, aborda a problemática do acesso à informação, bem como sua construção e circulação, em um país de dimensões tão extensas quanto o Brasil.

Não é somente pelos meios ortodoxos (a imprensa, o rádio, a televisão, o cinema, a arte erudita e a ciência acadêmica) – que, em países como o nosso – de elevado índice de analfabetos e incultos, ou em determinadas circunstâncias sociais e políticas, mesmo nas nações de maior desenvolvimento cultural – não é somente por tais meios e veículos que a *massa* se comunica e a opinião pública se manifesta. Um dos grandes canais de comunicação coletiva é, sem dúvida, o folclore. (BELTRÃO, 2013, p. 229).

Ao falar de uma forte tradição religiosa de agradecimento pelo alcance de graças solicitadas aos santos, Luiz Beltrão (1965), citado por José Marques de Melo (2001), reforçava a importância da informação que “[...] germinou no espírito das analfabetas, semialfabetizadas e, de toda maneira, rudes e tardes gentes do povo” (MELO, 2001, p. 177). O objeto de análise de Beltrão eram os ex-votos (ou promessas ou milagres): folhetos, esculturas, fotografias, desenhos, objetos pessoais ou domésticos que ainda hoje são ofertados de maneira pública aos santos como forma de agradecimento por alguma graça alcançada. Esses materiais são carregados de simbologias e representam a gratidão e a confiança depositada em uma entidade religiosa para a resolução de um problema. A herança colonial aparece aqui novamente e o contrário se faz verdade: quando se coloca uma imagem de Santo Antônio na geladeira ou dentro de um copo de água com a cabeça

² Quadrinha popular de domínio público e autoria desconhecida.

virada para baixo, o “castigo” temporário é um alerta para que o santo se apresse em atender aos pedidos realizados.

Nesse sentido, na esfera das mediações, os processos comunicativos de “linha direta” com o divino procedem de uma tradição histórica e se mantêm entre os praticantes do catolicismo popular como força vívida de uma relação intercultural do período colonialista. Partindo para o campo da comunicação, a contribuição para a disseminação da fé católica popular tem sido comumente relegada às páginas de anúncios dos jornais impressos (agradecimentos por graças alcançadas) ou costuma aparecer na forma de divulgação e cobertura de festas religiosas relevantes para a comunidade nos veículos de comunicação tradicionais. Se considerarmos a sociedade midiaticizada descrita por Braga (2012) e na qual vivemos atualmente, os meios de comunicação não devem ser considerados como “um corpo estranho na sociedade”, como entidades intocáveis e descoladas dos processos interacionais dos indivíduos.

[...] a abrangência dos processos midiáticos, na sociedade, não se esgota nos subsistemas de produção e recepção. Esses dois ângulos da midiaticização da sociedade são fundados na já tradicional descrição do processo de comunicação como uma relação entre emissor e receptor (através de um “canal” – que seriam os meios de comunicação). (BRAGA, 2006, p. 21)

Seguindo com essa linha argumentativa, o autor insere um conceito ampliado no estudo dos processos de comunicação: o sistema de resposta social, que em uma desconstrução do dualismo produção (ativo-mídia) / recepção (recebedor- sociedade) “[...] corresponde a *atividades de resposta* produtiva e direcionada da sociedade em interação com os produtos midiáticos.” (BRAGA, 2006, p.22). Neste sistema interacional, a circulação das informações assume papel de extrema relevância para a manutenção dos processos comunicacionais efetivos à própria produção de sentido midiático, uma vez que “[...] chegam à sociedade e passam a circular nesta, entre pessoas, grupos e instituições, impregnando e parcialmente direcionando a cultura.” (BRAGA, 2006, p.27).

Essas duas linhas de pensamento, que encontram intersecção na importância de centralizar as mediações sociais e culturais para a efetivação de processos comunicativos relevantes dentro dos diferentes segmentos de uma sociedade pluralizada, contribuem

para a análise que se seguirá das capas da revista Salmos & Anjos na medida em que serão abordadas questões ligadas à fé católica popular e suas manifestações relatadas nesse periódico. A questão central se estrutura a partir da observação da fé popular que pauta o produto midiático e de que maneira as informações produzem sentido e, ainda, como podem retornar à revista através das manifestações dos próprios leitores. Esse processo de “intercâmbio de informações” é relacionado por Gobbi (2013) ao falar sobre o Folkjornalismo.

Uma vez que o contíguo de manifestações populares reúne objetos e objetivos muito semelhantes aos utilizados pelo jornalismo, combinando algumas especificidades entre ambos e preservando características do folclore e da comunicação de massa, sem perder a essência do diálogo, da mobilização, da persuasão, da difusão de ideias e fatos, na personalidade dos agentes comunicativos, no intercâmbio de informações etc., tão característicos do fazer jornalismo com qualidade, o Folkjornalismo é, então, uma atividade que reúne a altivez da comunicação e da cultura popular, mas com um ritmo muito peculiar de quem vê, entende e busca no factual o processo capaz de dar voz e vez aos marginalizados dessa grande aldeia global, características presentes nos processos jornalísticos. (GOBBI, 2013, p. 108).

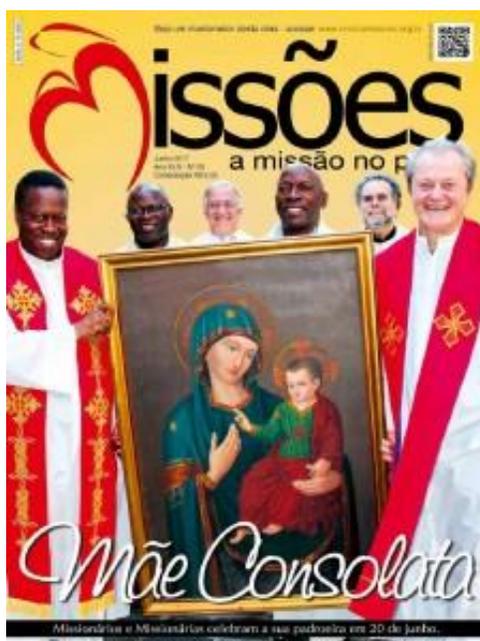
A fé católica popular nas bancas de revistas: A força da capa de *Salmos & Anjos*

A revista Salmos & Anjos tem periodicidade mensal e é direcionada para o público católico em geral, com ênfase na devoção aos santos da Igreja Católica e com um direcionamento editorial e gráfico voltado para a religiosidade popular. O preço de capa é acessível (R\$ 1,99) e possui distribuição nacional³, além de ser vendida no site da Editora Alto Astral, responsável editorial pela publicação. As chamadas de capa têm enfoque prático, com destaque para a resolução dos problemas dos leitores, além de trazer depoimentos e uma pluralidade de outros temas de interesse estritamente religioso.

Esse é o seu principal diferencial em relação a outras revistas voltadas para o público católico, como a Revista Missões (editada pelos missionários da Consolata no Brasil), que tem sua versão impressa enviada aos colaboradores que “contribuírem” com o valor de R\$ 6,50, conforme consta em sua capa. O conteúdo tem objetivo de informar sobre atualidades ligadas à Igreja e ao trabalho missionário.

³ A distribuição é feita pela Distribuidora Nacional de Publicações (Dinap), que pertence ao Grupo Abril, e tem abrangência nacional. As revistas que têm distribuição nacional, de acordo com a Dinap, chegam a todos os pontos de vendas cadastrados, o que abrange todo o território brasileiro.

Figura 1: Capa da Revista Missões nº 5, lançada em junho de 2017



Fonte: Reprodução de acervo pessoal (2017)

Porém, a publicação mais antiga e de maior alcance é a Revista Ave Maria: editada desde 1898 “(...) ela leva aos lares brasileiros conteúdos edificantes e atuais sobre a fé e a Igreja, proporcionando, todos os meses, um crescimento espiritual a milhares de famílias”, conforme apresentação disponível no site da revista⁴ e onde é possível fazer assinatura anual (R\$ 80) ou comprar edições avulsas (R\$ 8 cada).

Figura 2: Capa da Revista Ave Maria, lançada em maio de 2017

⁴ Revista Ave-Maria. Disponível em: www.avemaria.com.br/pagTexto/revista-ave-maria. Acesso em 12 set. 2017.



Fonte: Reprodução de acervo pessoal (2017)

Nesses dois exemplos de revistas voltadas para o público católico, e nas demais publicações similares que existem principalmente no meio digital, o direcionamento de pauta e a utilização de elementos textuais e gráficos (simbólicos, ilustrativos e fotográficos) de capa são completamente diferentes do que é trabalho na revista *Salmos & Anjos*. Enquanto meios como *Ave Maria* e *Revista Missões* tratam do catolicismo de maneira mais tradicional, dos dogmas doutrinários e de uma Igreja Católica Apostólica Romana em seu sentido mais eclesial – e aqui temos uma relação de identificação com o modelo tradicional de comunicação nos sentido de produção/recepção –, em *Salmos & Anjos* o catolicismo é abordado a partir de seu caráter mais prático e próximo do que é praticado na fé popular, com relatos e testemunhos de fiéis que receberam suas bênçãos a partir da fé fervorosa a um determinado santo ou trazendo indicações de orações e rituais para conseguir alcançar uma graça desejada. Dessa maneira, é possível identificar o estabelecimento de uma relação de

circulação de informação e produção de sentidos através de respostas sociais no contexto estabelecido entre leitores/fiéis e a revista.

As capas da revista Salmos & Anjos escolhidas para esta análise representam três momentos distintos e relevantes para o público no período de um ano: o mês de janeiro (com ilustração e chamada principal referente a São Jorge), o mês de junho (com ilustração e chamada principal referente a Santo Antônio) e o mês de dezembro (com ilustração e chamada principal referente a Jesus). Todas trazem o mesmo número de chamadas na capa – seis chamadas – e a linguagem utilizada é direta e imperativa, estabelecendo um diálogo direto com o leitor e oferecendo os caminhos para resolver os problemas que podem o afligir. Nesse sentido, a revista pode ser caracterizada como uma espécie de “conselheira”, se houvesse uma personificação para sua essência comunicativa, mas também como um espaço de troca de experiências entre os fiéis – tantos os que buscam alívio para suas mazelas quanto os que já superaram seus problemas e querem retribuir graças através da divulgação das graças alcançadas.

Figura 3: Capa da revista Salmos & Anjos, edição 208, publicada em janeiro de 2017



Fonte: Reprodução de acervo pessoal (2017)

Figura 4 – Capa da revista Salmos & Anjos, edição 213, publicada em junho de 2017



Fonte: Reprodução de acervo pessoal (2017)

Figura 5: Capa da revista Salmos & Anjos, edição 207, publicada em dezembro de 2016



Fonte: Reprodução de acervo pessoal (2017)

Inicialmente, é possível traçar alguns pontos comuns entre essas capas que, apesar de tratarem de pautas distintas, seguem caminhos similares no que se refere a “pontos de atração” para o leitor: o tamanho e a legibilidade das chamadas, bem como da logomarca, facilita o acesso rápido à informação e identificação do produto entre as demais revistas em um espaço comercial dividido com outras centenas de títulos; ou seja, o trabalho visual facilita a rápida localização na banca de revistas.

Editorialmente, as capas trabalham normalmente com uma chamada principal e uma secundária – exceções podem acontecer, como a edição de janeiro que não trouxe um destaque em segundo plano, apenas as demais chamadas complementares. No quadro abaixo, com a tabulação das chamadas de capa das edições estudadas, a questão já relacionada da mensagem direta fica mais evidente, com conjugações imperativas que incentivam o leitor à ação prática, como “Alcance”, “Seja feliz” e “Reze”.

Quadro 1 – Relação das chamadas principais e secundárias das capas selecionadas para estudo da revista Salmos & Anjos

	Ilustração principal	Chamada principal	Ilustração secundária	Chamada Ilustração secundária
Jan	São Jorge	"Venci a depressão com SÃO JORGE"		
Dez	Jesus	Alcande graças com JESUS CRISTO	Santa Luzia	Santa Luzia protege você de problemas na visão
Jun	Santo Antônio	Seja feliz no amor com ajuda de SANTO ANTÔNIO + Receita bolo do santo casamenteiro	Santos Juninos	Reze para eles e receba milagres

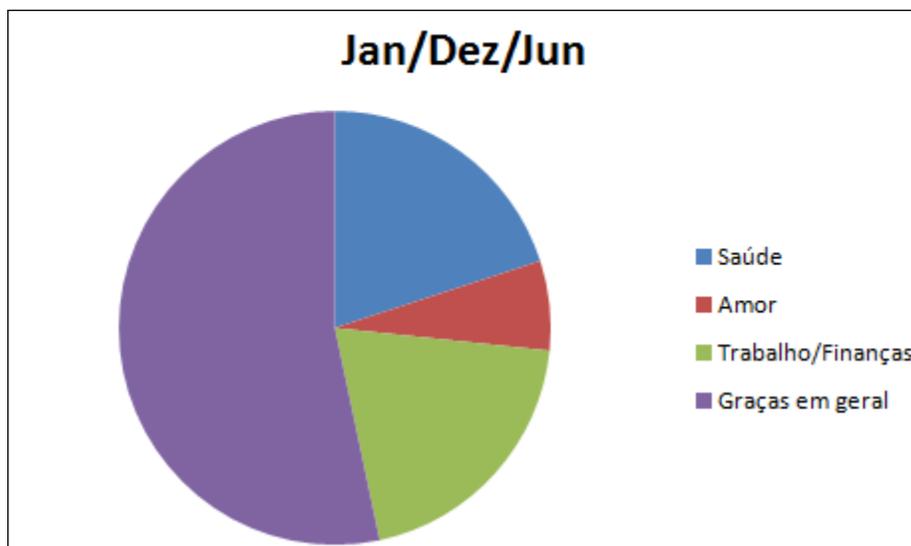
Fonte: Quadro elaborado pela pesquisadora (2017)

Em outros termos também, utiliza-se a indicação da “causa” a que determinado santo pode atender, como na chamada para Santa Luzia: “Santa Luzia protege você de problemas de

visão”. Os temas retratados partem da cotidianidade e dos problemas que comumente atingem as famílias das mais diversas classes sociais, que pedem a solução para suas mazelas através da fé popular.

No levantamento dos principais temas abordados, a maior parte das chamadas se refere a questões mais amplas, como “ter uma vida melhor” ou “acabar com aflições”. Encontra-se aqui um forte apelo da tradição oral da religiosidade popular no sentido de dialogar com o divino sem uma necessidade específica, mas, com objetivo de manter esse canal de comunicação ativo e garantir que essa devoção será retribuída nos momentos de maior necessidade. Por outro lado, outras questões de centralidade na vida dos fiéis, como a procura por um emprego ou a luta contra determinada enfermidade, sempre aparecem como destaque na publicação.

Gráfico 1 – Participação dos principais temas de interesse do leitor nas capas



Fonte: Gráfico elaborado pela autora (2017)

Entre os elementos editoriais e textuais, além do que já foi colocado em relação à legibilidade e à relevância dos temas relacionados para a composição da capa, é possível observar o cuidadoso trabalho de ilustração do tema principal – no caso, sempre um santo que seja “comemorado” no período ou que tenha forte apelo junto ao público. As imagens são bastante detalhadas e apresentam uma representação mais humanizada das mulheres e dos homens canonizados e reconhecidos por suas vidas de privação e sacrifícios, em muitos

casos com desfechos trágicos. Nesse sentido, é possível estabelecer mais um vínculo de proximidade e identificação com os fiéis, uma vez que essas imagens direcionam o olhar (geralmente afetuoso e acolhedor) diretamente para o leitor. São utilizadas as versões clássicas de representação de cada santo, mantendo os elementos que compõe a imagem oficial apresentada pela Igreja Católica: São Jorge de armadura em seu cavalo subjugando o dragão, Santo Antônio com um menino no colo e o ramo de flores e Jesus com sua bata de pregação.

Assim como é possível apontar que a escolha de um santo para cada mês segue uma lógica na agenda da fé cristã, também não foge a essa mesma regra que essas definições sigam ainda uma necessidade ligada à vida cotidiana, a partir da “área de atuação” de cada divindade. Por exemplo: Santa Edwiges é a padroeira dos endividados, logo, pode figurar numa capa referente ao seu mês de comemoração associada também às questões financeiras que ajuda a resolver.

Jorge, Antonio e Jesus: A força para seguir

Na edição que inaugura o ano, São Jorge está presente como figura principal, em imagem e chamada. Também conhecido como o Santo Guerreiro, uma de suas principais características construídas simbolicamente é a coragem e, nesse sentido, representa a proteção na luta contra qualquer mal. A popularidade de sua oração ganhou dimensões que extrapolaram a comunidade religiosa, chegando até os domínios da música popular brasileira.

Quadro 2 – Letra de Jorge da Capadócia, de autoria de Jorge Ben Jor (1975)

Jorge sentou praça na cavalaria
E eu estou feliz porque eu também sou da sua companhia
Eu estou vestido com as roupas e as armas de Jorge
Para que meus inimigos tenham pés, não me alcancem
Para que meus inimigos tenham mãos, não me peguem, não me toquem
Para que meus inimigos tenham olhos e não me vejam
E nem mesmo um pensamento eles possam ter para me fazerem mal

Fonte: Quadro elaboradora pela autora (2018)

A chamada de capa ligada ao santo principal é um testemunho: está entre aspas e corresponde a um depoimento pessoal, de quem venceu a depressão e atribui essa graça à fé

em São Jorge. A declaração pública de uma benfeitoria do santo protetor se caracteriza, segundo Beltrão (2013), como ex-voto na medida em que se encaixa na categorização do autor para esse tipo de reconhecimento da ação divina.

Bem característica dessa linguagem específica é o ex-voto (que no nordeste brasileiro é conhecido por milagre ou promessa) quadro, imagem, fotografia, desenho, fita, peça de roupa, utensílio doméstico, mecha de cabelo, etc., que se oferece ou que se expõe nas capelas, igrejas, salas de milagres ou cruzeiros, em ação de graças por um favor alcançado do céu. (BELTRÃO, 2013).

Voltando ao âmbito das mediações, observa-se a transposição de uma ação comunicativa que costumeiramente se dispõe em ambientes familiares ou de cunho religioso e que passa a ocupar um espaço midiático. Os testemunhos ganham um alcance ainda maior quando publicados, chegando a um número relevante de fiéis e reafirmando o poder daquela divindade – o que expõe um “acordo” benéfico para ambas as partes nesse processo comunicativo. A quanto mais gente um devoto puder levar as benfeitorias de seu santo protetor, agregando novos fiéis ao seu rebanho, melhor ele estará aos olhos desse santo no que se refere ao seu ato de gratidão.

O mesmo se aplica a outra área de destaque na capa: há uma chamada específica para o *Testemunho*, uma seção fixa da revista, ou seja, que está presente em todas as edições. Na edição em questão, encontra-se o depoimento de uma pessoa que conseguiu vencer o desemprego com a ajuda do Terço de São José. Também chamado de São José Operário, esse santo costuma ser invocado nas questões referentes ao trabalho e à família: sua história é de uma vida humilde e de dedicação ao ofício de carpinteiro, como o qual sustentou sua família e criou Jesus, segundo o evangelho católico. Neste momento em que o Brasil passa por uma crise política e econômica singular, com taxas de desemprego seguindo uma curva crescente e as famílias cada vez mais endividadas, a fé popular aparece como mais um elemento na busca por alguma estabilidade social.

Seguindo para o mês de junho, o mais festivo para o Catolicismo, a capa traz Santo Antônio, considerado o mais popular entre todos os santos desde o período colonial. A resolução dos problemas amorosos é um dos motivos pelos quais o santo é mais acionado, ainda nos dias de hoje, mas desde o início da história da religiosidade católica no Brasil ele adquiriu lugar de destaque nas casas e nos cultos por conta de sua vasta lista de intermédios:

protetor dos agricultores, dos viajantes, dos pobres e dos idosos além de ajudar mulheres a engravidar, evitar acidentes com barcos e encontrar casamento.

Entretanto, de todos os santos da corte celeste, o lusitano Santo Antonio era o campeão da devoção popular. Nem os santos guerreiros como São Jorge, afirma Gilberto FREYRE (1966), nem os protetores das populações contra a peste como São Sebastião ou contra a fome como São Onofre - santos cuja popularidade corresponde às dolorosas experiências portuguesas, nunca se elevavam à importância e prestígio dos patronos do amor humano e da fecundidade agrícola. [...] Outra prática denotava intensa familiaridade com o santo. Muitos deixavam sua imagem, dias seguidos de cabeça para baixo, até que um objeto perdido fosse encontrado, o mesmo se dando no caso de um escravo fugitivo. (JURKEVICS, 2004, p. 33).

A chamada principal dessa edição é “Seja feliz no amor com a ajuda de SANTO ANTÔNIO” e traz um complemento em destaque que remete a um ritual bastante tradicional entre os fiéis em comemoração ao seu dia: “Receita do bolo do santo casamenteiro”. Tradicional em muitas paróquias dedicadas ao santo que o servem no dia de sua comemoração, o bolo de Santo Antônio é carregado de simbologias, embora existam poucos relatos sobre a história ou origem. Algumas versões relatam que uma jovem queria se casar com um militar, mas, por conta das sucessivas batalhas, o coronel não queria liberá-lo para a vida matrimonial; ela foi procurar Antônio e pedir para que intercedesse, oferecendo um pedaço de bolo como agradecimento. Após esse encontro, o santo conversou com o coronel que, “milagrosamente” permitiu que o casamento se realizasse. Em uma outra versão, mais recente, diz-se que uma grande quantidade de bolo teria sido feita para comemorar os Dia dos Namorados (12 de junho, um dia antes da data dedicada ao santo) e, como houve muita sobra, decidiu-se fazer doações aos pobres. O senso comum entre párocos e religiosos é que o bolo simboliza celebração, festejo, e no caso de Santo Antônio Casamenteiro, a alusão é geralmente feita em relação a festa de casamento, na qual sempre existe um bolo como parte da comemoração. A proposta de partilhar o bolo em comunidade – muitas pessoas compram um pedaço para presentear familiares ou amigos – realça o sentido de comunhão dos mesmos objetivos, mesmo que não seja necessariamente conseguir um casamento. Já em relação à tradição popular, reza que aquele que localizar uma medalha no pedaço que estiver comendo, encontrará um cônjuge em breve. Quando a revista *Salmos & Anjos* incorpora esse elemento de simbologia tão forte para os fiéis ao santo, agrega interação social ao processo

comunicativo, uma vez que alguns leitores podem morar em regiões em que não exista uma festa específica para o santo ou que não possam ter acesso ao bolo dedicado a Santo Antônio. A divulgação e a manutenção da cultura são preservadas através deste canal midiático.

O *Testemunho* nesta capa, a exemplo da edição de janeiro já observada, traz um depoimento ligado a superação de um problema de ordem social: “Paguei minhas dívidas com o Terço da Libertação”. Seguindo o que foi colocado na análise anterior, as questões cotidianas, de cunho social e que impactam no bem-estar familiar, costumam aparecer com destaque entre preces, pedidos e promessas aos santos católicos. Segundo a Pesquisa Nacional de Endividamento Inadimplência do Consumidor (Peic Nacional), realizada mensalmente pela Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), 56,4% das famílias brasileiras estão endividadas. Os dados são de junho de 2017. A pesquisa aponta ainda que a dificuldade no pagamento das contas se justifica pelos altos índices dos juros e também “por um patamar ainda alto de desemprego”. Do que se pode caminhar para concluir que o apego à fé é o que resta a muitas famílias.

Fechando o ciclo de um ano, a revista traz na edição de dezembro o destaque de capa com Jesus, a principal figura do Cristianismo e mártir absoluto da Igreja Católica. Com a chamada “Alcance graças com JESUS CRISTO”, o tom genérico compreende a força da interseção do filho de Deus, segundo a crença católica. Jesus foi o escolhido para vir ao mundo e pregar a palavra divina, realizar milagres, espalhar a fé e os ensinamentos do Pai e concluir tragicamente sua história como Salvador da Humanidade: essa história extremamente resumida e amplamente divulgada nos cânones religiosos outorga que a fé popular o procure para resolver qualquer tipo de problema. Protagonizar a última capa do ano estabelece uma relação direta com a data do seu nascimento no calendário cristão, o dia 25 de dezembro, quando se comemora a chegada de Jesus entre os homens, momento comumente considerado de reflexão, gratidão e conciliação.

Coincidentemente, o *Testemunho* dessa edição também faz referência ao Terço da Libertação, mas, agora com um relato pessoal ligado à superação de uma enfermidade: “O Terço da Libertação livrou meu marido da morte”. Enquanto ex-voto, o depoimento tem uma conotação muito forte, de agradecimento direto por uma graça de extrema importância alcançada e, vale ressaltar, não está ligado a um santo específico, mas, também à força da fé e dedicação do fiel.

Figura 6 – Esquema ilustrativo que ensina a rezar o Terço da Libertação



Fonte: Reprodução do Blog Canção Nova (2018)

O ritual de rezar um terço implica em ter disciplina, concentração e, claro, acreditar na força divina que está sendo invocada. Conforme o esquema apresentado na Figura 6, para cada conta do rosário, há uma invocação a ser feita. Além disso, uma oração inicial e outra final são necessárias. Geralmente, os terços precisam ser rezados por alguns dias consecutivos, conhecidos como novenas (nove dias) ou trezenas (treze dias), com a mesma dedicação e seguindo sempre os mesmos rituais. A repetição de testemunhos que consagram o poder divino do Terço da Libertação nas capas reforça a construção da imagem milagrosa desse ato.

A partir do detalhamento dos elementos trazidos nas capas, bem como a análise dos conteúdos das páginas internas – que contribuiriam para o conhecimento mais amplo dos objetos estudados, mas que não são o foco da presente pesquisa, portanto, não figuram como material de destaque –, é possível identificar a importância de cada componente visual e

textual no contexto informativo para um leitor extremamente segmentado, bem como suas contribuições nas mediações sociais religiosas e no processo midiático no qual estão inseridos.

Considerações finais

A construção de um catolicismo único, carregado de rituais e simbologias, apoiado numa relação de proximidade com os santos e com manifestações populares mais festivas do que em outros países católicos é a herança que a sociedade brasileira carrega desde os tempos coloniais – a missão de cristianizar uma população tão mesclada, com uma carga cultural e de mediações religiosas tão distintas, era muito propagada enquanto proposta pelo clero português. No campo da realização, o que se viu foram as famílias e os grupos sociais estabelecendo suas próprias regras na hora de seguir suas orientações de fé.

Esse tom popular da religião se estabeleceu como forte cultura entre a maior parte do público católico, através das relações sociais e de uma tradição oral que replicava as benfeitorias de cada santo a partir de milagres, promessas cumpridas e graças alcançadas.

A partir de uma inscrição atualizada da comunicação na cultura, como coloca Martín-Barbero (2004, p. 225), abre-se espaço para a desterritorialização de identidades numa “[...] cena nova de mediação e reconhecimento social [...]”. Nesse sentido, a multiplicidade de intersecções sofridas pelos dogmas originais da Igreja Católica e o acréscimo de novas mediações formadas a partir de experiências vividas e relatadas ao longo dos anos, moldaram o que se pode chamar de catolicismo popular brasileiro.

Na esfera midiática, o espaço destinado para essas manifestações populares costuma se restringir a boletins informativos sobre festas paroquiais ou anúncios na área de Classificados de jornais como forma de agradecimento por graças alcançadas. Luiz Beltrão (2013, p. 111) se depara com esse questionamento no início de seus estudos que culminaram com a Teoria da Folkcomunicação, através de perguntas aparentemente simples, sobre “[...] como se informavam as populações rudes e tardes do interior de nosso país continental? Por que meios, por quais veículos manifestavam o seu pensamento, a sua opinião?”. O que se pode observar é que os segmentos sociais e culturais marginalizados pela grande mídia, estruturada em conglomerados política e economicamente poderosos, nunca permitiram que as informações deixassem de circular: no caso das mediações religiosas populares, o processo

de comunicação se mantém vivo através dos ex-votos, dos rituais dedicados aos santos, dos festejos comemorativos, das novenas e da divulgação das graças alcançadas.

A revista Salmos & Anjos, ao se pautar por estes elementos populares referenciais da fé católica e trazer em suas capas os símbolos, os conteúdos e a linguagem própria dessa segmentação sócio-cultural se insere no processo comunicativo interacional, na medida em que também se mostra como espaço de compartilhamento de experiência, além de estabelecer múltiplos canais de comunicação possíveis – entre a revista e os leitores, entre os leitores e o divino.

Referências bibliográficas

- BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, Maria Ângela, JANOTTI JUNIOR, Jeder e JACKS, Nilda (Org). **Mediação & midiaticização**. Salvador: EDUFBA, 2012.
- BRAGA, José Luiz. **A Sociedade enfrenta sua mídia**: dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006.
- BELTRÃO, Luiz. Folkcomunicação: Intercâmbio de Mensagens. In: MARQUES DE MELO, José e FERNANDES, Guilherme Moreira (Org). **Metamorfose da folkcomunicação**: antologia brasileira. São Paulo: Editae Cultural, 2013.
- _____. O Ex-Voto como veículo jornalístico. In: MARQUES DE MELO, José e FERNANDES, Guilherme Moreira (Org). **Metamorfose da folkcomunicação**: antologia brasileira. São Paulo: Editae Cultural, 2013.
- CARRETO, Cátia. **Novas religiões em Portugal**. Trabalho apresentado (disciplina Fontes de Informação Sociológica). Faculdade de Economia, Universidade de Coimbra, Portugal, 2010.
- CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO – CNC. **Pesquisa nacional de endividamento e inadimplência do consumidor**. Disponível em: http://cnc.org.br/sites/default/files/arquivos/release_peic_junho_2017.pdf. Acesso em 10 jun. 2017.
- DATAFOLHA. Perfil e opinião dos evangélicos no Brasil, 2016. Disponível em: <http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2016/12/1845231-44-dos-evangelicos-sao-ex-catolicos.shtml>. Acesso em 10 jun. 2017.
- GOBBI, Maria Cristina. Folkcomunicação: Intercâmbio de Mensagens segundo Luiz Beltrão In: MARQUES DE MELO, José e FERNANDES, Guilherme Moreira (Org). **Metamorfose da folkcomunicação**: Antologia brasileira. São Paulo: Editae Cultural, 2013.

HALL, Stuart. **Da diáspora: Identidades e mediações culturais**. SOVIC, Liv (org). Tradução: Adelaine La Guardia Resende et al. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003.

IBGE. **Censo Demográfico 2010: características gerais da população, religião e pessoas com deficiência**. 2010. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/>. Acesso em 10 jun. 2017.

JURKEVICS, Vera Irene. **Os santos da igreja e os santos do povo: Devoções e manifestações de religiosidade popular**. 2004. 218f. Dissertação (Doutorado em História). Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2004.

MACEDO, Emiliano Unzer. **Religiosidade popular brasileira colonial: Um retrato sincrético**. Revista *Ágora*, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, n.7, 2008. Disponível em: <http://periodicos.ufes.br/agora/issue/view/170>. Acesso em 10 jun. 2017.

MARQUES DE MELO, José. (Org.). **Mídia e folclore: O estudo da Folkcomunicação segundo Luiz Beltrão**. Cátedra UNESCO/Umesp e Faculdades Maringá. Maringá/São Bernardo do Campo, 2001.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Ofício de Cartógrafo: Travessias latino-americanas na comunicação da cultura**. Tradução: Fidelina González. Coleção Comunicação Contemporânea 3, São Paulo: Edições Loyola, 2004.

_____. **Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia**. Tradução: Ronaldo Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

REVISTA AVE MARIA. Ano 119. São Paulo: Editora Ave Maria, 2017

REVISTA MISSÕES. Ed. 5. São Paulo: Consolata do Brasil, 2017.

SALMOS & ANJOS. Ed. 207. Bauru: Editora Alto Astral, 2016.

SALMOS & ANJOS. Ed. 208. Bauru: Editora Alto Astral, 2017.

SALMOS & ANJOS. Ed. 213. Bauru: Editora Alto Astral, 2017.

SOUZA, Roberto Américo do Carmo. **O hibridismo na construção da religiosidade: repensando a contribuição de Gilberto Freyre para o debate**. Revista *Angelus Novus*, Universidade de São Paulo, São Paulo, ano 3, n. 3, 2012. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/ran/article/view/99001>. Acesso em 10 jun. 2017.