

---

## Os Cadernos de Oração e a Mise-en-scène de uma “Feminilidade Ingênua” através da Plataforma YouTube<sup>1</sup>

Kelber Pereira Gonçalves<sup>2</sup>

### Resumo

Buscamos neste texto compreender melhor o processo de mise-en-scène de uma “feminilidade ingênua” através de produções audiovisuais publicadas e difundidas pelo YouTube. Trata-se de vídeos produzidos por jovens mulheres no formato tutorial e que têm como principal objetivo ensinar as internautas a elaborar um caderno de oração, assim como incentivá-las a uma prática vocacional cotidiana. O corpus de sete vídeos a ser analisado foi constituído através das palavras-chave “cadernos de oração” inseridas no motor de busca da plataforma YouTube e gerado de maneira automática à partir do uso da opção “auto play”. Entendemos estes conteúdos audiovisuais não apenas como a mídiatização de uma vivência religiosa, mas também como a apresentação de um “estilo de vida” que precisa ser visto e idealmente reproduzido.

### Palavras-chave

Caderno de oração; mídiatização; YouTube.

### Introdução

As novas tecnologias da indústria da informação e da comunicação<sup>3</sup> (TICs) contribuíram para uma reorganização da religião na esfera social (NIZARD, DUTEIL-OGATA *et al.*, 2015, p. 10), promovendo uma reconfiguração na maneira como “as crenças religiosas tradicionais são pensadas” (CAMPBELL, 2010, p. 22), transformando o ambiente digital em um lugar propício à “criação de um ambiente sagrado” (CAMPBELL, 2005, p. 9). Se a mídiatização das práticas religiosas transforma, reflete e alimenta o religioso (WILLAIME, 2000), com o advento da “internet 2.0” ou “internet participativa”, assistimos a uma expansão incessante relativa a produção, difusão, apropriação e recepção de conteúdos ligados ao sagrado, assim

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 34 Comunicação e Religião, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Pesquisador doutorando em comunicação da Universidade François Rabelais – Université de Tours – França, e-mail: [kelber.pereira@hotmail.com](mailto:kelber.pereira@hotmail.com)

<sup>3</sup> Percebemos as TICs neste texto como aquelas ligadas à internet.

como a um aumento nas possibilidades de práticas religiosas midiaticizadas<sup>4</sup> pela internet. É oferecida aos religiosos a possibilidade de assistir a missas “ao vivo” e de interagir com outros internautas a partir de comentários, de “acender” uma vela virtual, rezar o terço ou o rosário conjuntamente com outros internautas, recorrer a um acompanhamento espiritual em tempo real, enviar pedidos de oração através de variadas plataformas digitais ou ainda midiaticizar práticas devocionais<sup>5</sup> através dos tutoriais do YouTube.

Buscamos neste texto compreender melhor o processo de *mise-en-scène*<sup>6</sup> de uma “feminilidade<sup>7</sup> ingênua” através de produções audiovisuais publicadas e difundidas pela plataforma YouTube. Trata-se de vídeos produzidos essencialmente no formato tutorial e que têm como principal objetivo ensinar os internautas a elaborar um caderno de oração<sup>8</sup> ou diário espiritual, assim como incentivá-los a uma prática vocacional cotidiana. O interesse pela prática vocacional e mais precisamente pelos cadernos de oração manifestou-se durante uma observação participante realizada em uma comunidade católica carismática no Brasil no âmbito de uma pesquisa em andamento sobre práticas religiosas e internet. Posteriormente à observação e partindo do pressuposto de que as práticas sociais estão diretamente ligadas às práticas midiáticas (MARTINO, 2017), houve a aspiração de investigar como uma prática religiosa “off-

---

<sup>4</sup> Entendemos por midiaticização um processo social no qual os meios de comunicação são os vetores, não os vértices do processo (MARTINO, 2015, p. 9).

<sup>6</sup> Optamos neste trabalho por guardar a palavra *mise-en-scène*, originária do francês, por não encontrarmos um termo em língua portuguesa que transmita de maneira mais precisa a ideia pretendida no texto. Uma tradução pelo termo “encenação” nos parece inexata por estar diretamente associada com a noção de fingimento ou simulação; o termo “apresentação” nos parece impreciso e limitado.

<sup>7</sup> O conceito de “Feminilidade” despertou interesse nas mais diversas áreas de estudo das ciências como a psicologia, a psicanálise, os estudos de gênero, a antropologia, a sociologia, as ciências da religião, a filosofia etc. Trata-se de um conceito complexo e instável, que precisaria ser tratado com maior profundidade e que mereceria portanto ser desenvolvido no âmbito de uma pesquisa futura mais ampla. Ademais, a(s) “feminilidade(s)” ou o “ser feminino” englobam questões históricas, culturais, individuais e profundamente subjetivas. Conscientes desta problemática, e apesar dela, propomos aqui a noção de uma feminilidade que é enfatizada (Connell & Messerschmidt, 2013) e que corresponderia à aquela que busca se ajustar as demandas do patriarcado num dado momento histórico.

<sup>8</sup> Segundo as YouTubers, o caderno de oração pode ser definido como uma espécie de “diário”, servindo como instrumento de ligação entre os crentes e Deus. Trata-se de registros escritos de orações ou preces, anotações acerca de versículos e passagens bíblicas, agradecimentos pelas graças recebidas etc. O uso do caderno de oração é proposto como ferramenta de apoio à prática devocional que corresponde ao tempo diário consagrado à comunicação com Deus. As origens do uso de cadernos de oração no Brasil são incertas. Porém, uma pesquisa intitulada “Entre Bordados, Cadernos e Orações”, realizada por Josineide Siqueira de Santana sobre práticas educacionais em um orfanato católico sergipano para meninas, demonstrou que a produção desses cadernos era frequente durante todo o período de funcionamento da instituição, entre os anos 1922 e 1969.

line” (elaboração de cadernos de oração) se adapta e se transforma no “ambiente tecnologicamente modificado” (DAVIS, 1998, *apud* CAMPBELL, 2010). A midiatização dos cadernos de oração é compreendida neste trabalho não apenas como um método para otimizar a prática da oração e da ação devocional, mas também como uma prática pedagógica, uma vez que essas produções ambicionam transmitir um “saber” ou conhecimentos da “palavra de Deus” midiatizados por essas jovens mulheres.

Nas produções audiovisuais produzidas e difundidas no site YouTube, observamos uma série de elementos comuns presentes no corpus estudado que convergem a uma *mise-en-scène* do que nomeamos aqui como “feminilidade ingênua”. Entendemos por *mise-en-scène* um conjunto de atitudes, objetos, enunciados, um agrupamento de cores, um agrupamento do que é dito, mas também do não dito, dos diferentes sons, tons, timbres e sonoridades e recursos de dispositivos<sup>9</sup> técnicos de filmagem e edição que são consciente ou inconscientemente reunidos para a preparação de um “ambiente de oração” que será filmado e posteriormente editado, publicado e difundido na plataforma YouTube.

Para a constituição do corpus, optamos por inserir as palavras-chave “cadernos de oração” no motor de busca da plataforma YouTube, clicando no primeiro vídeo proposto pela plataforma. O corpus foi assim constituído por sete vídeos, de maneira automática, uma vez que acionamos a opção “auto play” disponibilizada pela plataforma. Ainda que as questões técnicas relacionadas às dinâmicas de reprodução do dispositivo digital mereçam um enfoque mais aprofundado, propomos uma abordagem dita sociológica e “interpretativa” e não sociotécnica, a fim de concentrar os esforços na apreensão da produção de signos pelos indivíduos (LANDOWSKI, 2014). Partiremos da hipótese de que a midiatização do caderno de oração não busca apenas fortalecer a fé das internautas religiosas produtoras de conteúdos e “i-evangelizar”, mas representar um “estilo de vida” e a idealização da “mulher cristã” que merece ser midiatizada, e idealmente reproduzido. No que concerne ao quadro teórico, propomos aqui uma revisão e aspiramos a um prolongamento de pesquisas já efetuadas em sociologia das

---

<sup>9</sup> Entendemos o dispositivo sob a ótica focaultiana como um “conjunto resolutamente heterogêneo englobando discursos, instituições, configurações arquiteturais, decisões regulamentadas, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais e filantrópicas; em suma, do dito assim que não dito” (FOUCAULT, 2001, p. 299). A visão de Foucault concernente ao dispositivo salienta as relações de dominação, resistência e poder.

religiões (STEVENS, ZAIRA), no campo de estudos de gênero (BUTLER, SCOTT) e em estudos de religião<sup>10</sup> e mídias (DOUYÈRE & ANTOINE, CAMPBELL). O trabalho será dividido em três tempos. Num primeiro momento, sugerimos uma reflexão crítica em termos de indústria cultural digital à plataforma YouTube, na qualidade de plataforma de excelência para a midiáticação de práticas religiosas e seu ajustamento aos discursos associados ao religioso. Num segundo momento, propomos uma reflexão entre uma maior participação das mulheres nas igrejas e o papel da herança do marianismo como elemento de inspiração feminina e de reforço às diferenças de gênero e do binarismo masculino/feminino. Por último, numa abordagem mais descritiva que analítica, buscaremos sublinhar os elementos que sugerem que a midiáticação da prática devocional é realizada “pelas e para” as mulheres e tentaremos entender como as estratégias de comunicação são utilizadas para a sugestão do que chamamos aqui de uma “feminilidade ingênua”.

### **YouTube: Plataforma por Excelência de Mídiações do Religioso?**

Fundada por três ex-colaboradores da *PayPal* em 2005, a plataforma de compartilhamento de vídeos YouTube recebeu no mesmo ano o prêmio de “invenção do ano” pela revista americana Times. Na capa da revista, sob o título, pode-se ler *person of the Year* seguida da imagem da tela de um computador com a palavra “You”. Logo abaixo, as frases: *yes, you. You control the information age. Welcome To you world.* Em sua plataforma, na rubrica “sobre nós”, YouTube apresenta seus valores e ideais: “nossa missão é dar a todos uma voz e revelar o mundo. [...] Acreditamos que todos têm o direito de expressar opiniões e que o mundo se torna melhor quando ouvimos, compartilhamos e nos unimos por meio das nossas histórias. [...] Nossos valores se baseiam em direitos e liberdades que definem quem somos. [...]”. Os valores do YouTube, segundo seu site, são baseados essencialmente em quatro fatores: liberdade de expressão, direito à informação, liberdade para pertencer e direito à oportunidade:

- 1) Liberdade de expressão : “Acreditamos que as pessoas devam ser capazes de se expressar livremente, compartilhar opiniões, promover o diálogo aberto, e que a liberdade criativa propicia o surgimento de novas vozes, formatos e possibilidades” ; 2) direito à informação: “Acreditamos que todos devam ter acesso livre e fácil às informações e que o

---

<sup>10</sup> Entendemos aqui religião com um “*habitus*” que se exprime apoiado por espiritualidades, filosofias de vida e experiências do sagrado que compõem um regimento de crenças” (STEIL & TONIOL, 2013, p. 4).



vídeo tem grande influência na educação, na construção do entendimento e na transmissão de informações sobre acontecimentos no mundo, sejam eles grandes ou pequenos ; 3) direito à oportunidade: “Acreditamos que todos devam ter a oportunidade de ser descobertos, montar um negócio e alcançar o sucesso de acordo com o próprio ponto de vista e que as pessoas comuns, não os influenciadores, decidem o que está em alta”; 4) Liberdade para pertencer: “acreditamos que todos devam ser capazes de encontrar comunidades de suporte, eliminar obstáculos, ultrapassar as fronteiras e reunir-se em torno de interesses e paixões compartilhadas”.

Os valores apresentados pelo dispositivo, mais que se conciliarem com discurso e valores ligados a preceitos religiosos (o de compartilhar, de *communicare* – estar em relação com –, de igualdade – todos iguais perante a Deus –, de “pertença”, de “comunidade” e de “conviver”), compõem o próprio axioma do cristianismo. O site, a partir de um grande leque de possibilidade de produção e de controle da audiência, ainda dá ao internauta a capacidade de “criar um mundo feito sob medida só para ele”. A lógica mercadológica do YouTube parece não somente se ajustar ao axioma cristão, mas também acompanhar mudanças sociais no que concerne a transformações no campo religioso, como um recuo da religião institucionalizada (DOUYÈRE & ANTOINE, 2018), “pertencimentos múltiplos”, “customização da fé” e “individualização da crença” (CAMPICHE, 1993, p. 129). O sucesso do YouTube, calcado principalmente no seu poder de alcance de audiências, a partir de um modelo de “comunicação horizontal”, parece encontrar no campo religioso um contexto favorável: 1) em razão de um quadro de crise de representatividade das autoridades religiosas, que se opera por meio de uma “reivindicação de uma pregação livre” (HARRISON, *apud* FATH, 2001, p. 470) e igualitária – que pode apresentar-se sob a forma de “testemunhos” e da “clericalização dos laicos” (DERICQUEBOURG, 1980, p. 80); 2) pela substituição de um “carisma de função” por um “carisma de mensagem” nomeadamente no caso dos protestantes, a partir de uma “pregação lídima” da palavra de Deus que corresponde à “única verdade da mensagem que é fonte de legitimação” (WILLAIME, 1986, p. 59); 3) pela possibilidade de “criar” conteúdos “únicos e originais” no interior da estrutura estandardizada que compõe a plataforma digital, colocando o Internauta “no coração do dispositivo” – *focus on the user and all else will follow* – e baseando seu modelo socioeconômico em uma proferida liberdade criativa, o YouTube apresenta-se em harmonia com as lógicas do “crer do meu jeito”, defendidas por alguns autores das ciências sociais dedicados ao estudo do religioso. Numa perspectiva crítica em termos de indústrias culturais digitais, o YouTube mascara

todo e qualquer aspecto capitalista e mercadológico que abrange o conjunto das indústrias culturais digitais da informação e da comunicação. O discurso proferido pelo YouTube seria um discurso “mítico” que busca vincular os internautas “em torno de uma sociedade que seria mais democrática” (GEORGE, BOUQUILLION, MIÈGE, MÈGLIN, 2015), mas que visa, de um ponto de vista ideológico, instituir um utilizador-produtor-consumidor como o arquétipo do internauta adaptado à sociedade de mercado contemporânea. Neste sentido, questões ligadas à publicidade dirigida, ao monitoramento e à coleta de informações diversas e a políticas de utilização de dados dos internautas são pouco claras e muito raramente mencionadas. Do mesmo modo, a plataforma não menciona as desigualdades em relação ao seu acesso, como a exclusão digital em nível geográfico – países “do norte” *versus* “países do sul”, ou em nível geracional. O site YouTube não menciona o grande número de empresas que possuem seus próprios canais onde hospedam vídeos promocionais de suas campanhas publicitárias. A lógica do “compartilhar” – em outras palavras, difundir ou transmitir conteúdos culturais e informacionais – está onipresente no modelo “web 2.0” e corresponde a um dos pilares fundamentais do socioeconômico tríptico da internet (juntamente com produção e consumação).

Enfim, a lógica do “compartilhar” e o vocabulário largamente difundido e popularizado pelo modelo de internet participativa encontra espaço no léxico religioso. No nosso caso de estudo, a YouTuber Tainá Brito solicita aos internautas ao final de um vídeo que compartilhem o conteúdo: “se vocês gostaram desse vídeo, não esqueçam de deixar um 'gostei', tá bom? Dá muito gostei aí nesse vídeo 'porfavorzinho', tá? Que é uma benção pra minha vida, pra sua vida, pra nossa vida, pra vida de todos nós, amém? Se inscreve no canal, gente. Compartilha esse vídeo nas suas redes sociais<sup>11</sup> [...]”. Trata-se aqui do que Campbell chama de “discurso prescritivo”, no qual “indivíduos ou grupos religiosos louvam a tecnologia por sua capacidade de auxiliar no alcance de um objetivo ou prática específica” (CAMPBELL, 2010, p. 136). O exemplo ilustra claramente que a ligação entre a busca de “likes” – fenômeno recorrente nas formas de socialização midiáticas pela internet – e a linguagem do sagrado a partir do termo

---

<sup>11</sup> Trata-se da internauta Tainá Brito. Acessível aqui : <https://www.youtube.com/watch?v=90IpxPq7ubU> (consulta em 18/6/2018).

---

“benção” promove uma fusão mais ou menos harmoniosa<sup>12</sup>, integrada, e por vezes mesmo reivindicada do “religioso” no ambiente digital.

### **Visibilidades femininas, gênero e marianismo**

Em ciências humanas e sociais, um número considerável de trabalhos se esforçou para compreender as diferenças de gênero<sup>13</sup> e suas implicações em práticas religiosas cotidianas, afiliação ou desfiliação religiosa (WOODHEAD, 2008; MILLER & STARK, 2002; DAS DORES MACHADO, 1996, 2005; COUTO, 2002; BRUSCO, 1995; MARTIN, 2003; BENDROTH, 1992) em diferentes países ou regiões do globo. Ainda que as perspectivas e abordagens nos estudos de “gênero & religião” estejam longe de estarem esgotadas, os pesquisadores parecem estar em consenso quanto ao entendimento de que a categoria gênero pode ter um papel preponderante nas práticas religiosas.

Partindo da hipótese de que o campo religioso também está sendo reconfigurado simultaneamente às mudanças sociais ocorridas nos últimos anos em matéria de igualdade de gênero em algumas partes do globo, percebemos uma maior participação e influência das mulheres em posições de responsabilidade em suas igrejas. No caso brasileiro, no movimento carismático católico, por exemplo, um aumento da autoridade feminina no seio da igreja pode ser observado com a multiplicação das novas comunidades, muitas vezes fundadas e dirigidas por mulheres, numa lógica de clericalização dos laicos. No que diz respeito às igrejas cristãs evangélicas (tão plurais), é grande o número de instituições que formam mulheres pastoras que compartilham de maneira mais ou menos igualitária os ofícios ligados às suas igrejas (CAMPOS MACHADO, 2005, p. 394). Esse novo “status” dos fiéis pode, evidentemente, remodelar as práticas religiosas, reestruturando, por conseguinte, a relação que essas mulheres mantêm com o sexo oposto. Todavia, a categoria gênero não é estática e se

---

<sup>12</sup> Neste sentido, Tainá Brito explica que ela estabeleceu em sua vida o preceito e uso da “hashtag”: #SemDevocionalSemRedeSocial.

<sup>13</sup> Para Butler, o conceito de “gênero” é entendido como “uma identidade construída, uma realização performativa que o público social mundano, incluindo os próprios atores, passa a acreditar e a realizar no modo de crença”, (BUTLER, 1988, p. 520). Esta performatividade seria fundada na repetição de atos, manifestações e signos intencionais tendo por objetivo reforçar a unidade binária do “masculino” e do “feminino”, do “macho” ou “fêmea” e circundar os respectivos papéis dos sexos culturalmente estabelecidos. Trata-se de categorias de gênero que são articuladas em um conjunto de táticas que visam exagerar a diferença de gênero, muito além das diferenças biológicas, a fim de torná-las naturais e garantir o controle sobre identidades sexuais não hetero(cis)normativas. (BUTLER, 2006, p. 27).

---

articula consoante um tempo sócio-histórico e de determinadas regras regidas por papéis socialmente pré-estabelecidos (SCOTT, 1995). A título de exemplo, ser “homem” ou ser “mulher” não possui o mesmo significado em sociedades altamente industrializadas nas quais há maior garantia de direitos sexuais e reprodutivos. A religiosidade individual dos atores, assim como a herança religiosa de uma dada região, evidentemente tem participação nessas dinâmicas de gênero e de performatividade. No diz respeito às questões de gênero, persiste ainda de maneira mais ou menos evidente consoante as diferentes sociedades a ideia de gênero como uma categoria estável que se resume apenas no binarismo Masculino/feminino, homem ou mulher, o que segundo Butler, consiste a naturalizar a heteronormatividade.

No caso do Brasil da mesma forma que na América Latina, numa perspectiva sociocultural, a separação dos sexos e dos papéis e responsabilidades sociais desempenhados seria reforçada pela religião (DROGUS, 1990) através da herança católica da cultura do marianismo. No mundo latino-americano, o marianismo “coloca em evidência a 'semi-divindade' e superioridade moral e força espiritual da mulher” (STEVENS, 1977, p. 123). Assim, a partir da devoção a Maria, as mulheres seriam interpretadas como modelo de “submissão, pureza e sofrimento”, e, conseqüentemente, seriam “aparentemente revalorizadas” (ARY, 2000, p. 78). Entretanto, essa revalorização seria apenas “a outra face do machismo”, ainda mais generalizado e “pouco entendido pelos próprios latino americanos e desconhecido dos estrangeiros” (STEVENS, 1973, p. 90). Assim:

“A mãe cristã deverá ajudar as filhas a cultivar seus atributos “marianistas”, e nesse sentido vigiá-las em sua educação para que sejam fiéis aos dois modelos de mulher indicados para sua imitação, a saber, sua própria mãe e Maria; quanto aos filhos, é preciso protegê-los de sua infortunada tendência a um 'exercício desbragado da sexualidade', que os impulsionaria para outras mulheres malditas – as 'sedutoras-prostitutas' tão diferentes de suas 'santas mães’”. (ARY, 2000, p. 70).

[...] “A mulher deve procurar se assemelhar a uma figura assexuada; sua imagem compreende também o papel de esposa-mãe. Assim, não somente a virgindade pré-nupcial, mas também a frigidez pós-nupcial, socialmente ditada como um ideal na América Latina, estão em relação com sua condição cósmica. Perdendo sua virgindade física na concepção de sua criança, por um ato sexual sem prazer, elas preservam, entretanto, sua castidade no nível espiritual” (REILY *apud* ARY, 2000, p. 79).

Já que, quando falamos de gênero, não podemos apenas falar de mulheres, mas também de homens (SCOTT, 1995), em uma sociedade patriarcal, na qual as mulheres são tuteladas por maridos, pais ou irmãos, seria durante o estágio do envelhecimento

que as mulheres alcançariam a respeitabilidade, uma vez que perdem sua imagem enquanto objeto sexual. O envelhecimento “afasta as mulheres da imagem luxuriosa e tentadora de Eva e as aproxima do estereótipo de Maria, a mãe sofredora, abnegada e generosa” (DAS DORES MACHADO, 1996, p. 149). Em suma, a mulher em sua concepção Marial, poderia ser entendida segundo os autores, sob duas formas: virgem, pura e assexuada ou mãe e esposa dedicada e “rainha do lar”.

### **Cadernos de Oração: Uma Circunscrição “Feminina”**

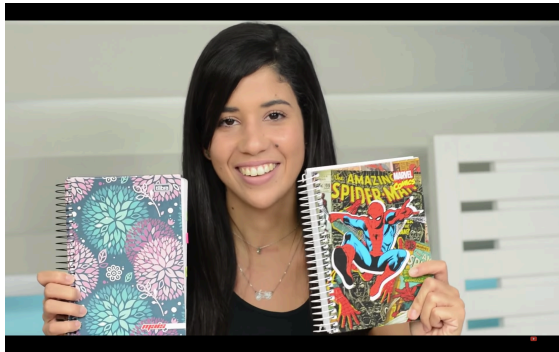
No corpus estudado, não pudemos observar nenhuma referência direta ao culto da Virgem Maria propriamente dito. As jovens YouTubers são cristãs, porém não declararam sua afiliação religiosa<sup>14</sup>. Todavia, os conteúdos audiovisuais apresentam de maneira unânime elementos que estão historicamente e tradicionalmente relacionados com o imaginário feminino estereotipado ou aos “valores mariais” herdados pelo catolicismo no Brasil. No nosso corpus a encarnação do personagem de Maria é midiaticizada por uma pureza que é sugerida pela estética dos cadernos de oração e pelas ilustrações neles presentes ligadas ao universo feminino e infantil e que lembram a arte *naïf* (animais, ursos de pelúcia, corações, coloração manual e colagens diversas). Os desenhos parecem sugerir o imaginário de uma jovem menina que não atingiu a idade de puberdade e que é, portanto, sexualmente ingênua. O vocabulário é cuidadosamente empregado, e o tom de voz mantém-se suave e calmo; o diminutivo “inho”, onipresente na língua portuguesa no Brasil, parece ser empregado na maior parte do tempo para “se familiarizar ainda mais com as pessoas ou objetos [...]”, de modo a “deixá-los mais acessíveis aos sentidos e aproximá-los do coração” (DE HOLANDA, 1995, p. 74); há ainda uma serenidade expressada a partir de uma apresentação de si (maquiagem leve e luminosa, vestimentas sóbrias); e pode-se constatar também o emprego de músicas aprazíveis, que parecem usadas para o acompanhamento da oração.

Os vídeos são produzidos pelas e para as mulheres. Essa “feminilidade” pode ser constatada sob as formas: 1) a partir do nome dos canais do YouTube, como por exemplo “meninas da Igreja” ou “Graça em flor”; 2) pela utilização quase sistemática do feminino quando as produtoras de conteúdo se endereçam ao seu público; 3) na apresentação do “ambiente de oração”, que compila um largo leque de objetos e signos

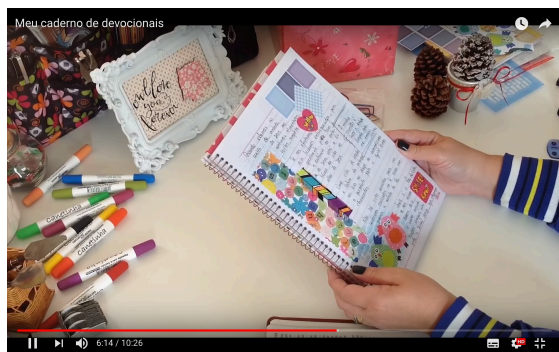
---

<sup>14</sup> Com exceção da YouTuber Sarah Nery, que se declarou católica carismática.

que são habitualmente associados ao imaginário feminino (a cor rosa onipresente, a utilização de bíblias concebidas especialmente para as mulheres – como uma bíblia intitulada “Bíblia da mulher de fé” –, representadas nos vídeos de Tainá Brito em 4' :32" e no vídeo de Michele Souza em 9' :42" –, a decoração de uma cena de oração florida, a presença de papéis de carta); 4) pelos comentários deixados pelos internautas,



Néry; Sarah. Como eu organizo meu caderno de oração – sete categorias.



Ruiz, D. Meu caderno de devocionais

exclusivamente ou quase escritos pelo público feminino. Desta forma, o caráter estereotipado do ambiente de oração parece servir à construção de um universo que favoreceria o desenvolvimento de uma “comunidade feminina”. Neste sentido, o controle da audiência do dispositivo não é apenas técnico (restringir um vídeo a um grupo de amigos, selecionar a exibição ou ocultação de informações sobre si ou sobre os vídeos, por exemplo), mas também “interpretativo”.

O “universo feminino” é realçado em outros vídeos, no formato tutorial, que não possuem forçosamente ligação direta com os cadernos de oração ou com a prática devocional, mas que buscam igualmente aconselhar outras internautas sobre práticas religiosas mais harmoniosas à vida de uma mulher cristã. A título de exemplo, a YouTuber Michele de Souza produz outros conteúdos audiovisuais intitulados “mulher cristã pode usar maquiagem?”, ou ainda “mulher cristã pode usar salto alto?”. Uma feminilidade ingênua pode ser representada ainda através dos nomes dos canais YouTube. O canal de Tainá Brito, por exemplo, intitulado “meninas da igreja”, parece acentuar o contraste entre aquelas que ouviram o chamado de Deus (e que seriam, por alusão, moralmente superiores) e aquelas que pertencem “ao mundo”. Michele Souza fala em “coisas do alto” ou “coisas de Deus” em oposição a “coisas de baixo” ou a “todas as outras coisas” (12' :18" até 12' :27"). Trata-se de uma polarização que, na maioria das vezes, faz parte integrante não só da vida religiosa, mas de todas as esferas da vida social como as relativas a escolha de amigas ou de relações amorosas, a



---

escolha de produtos culturais a serem consumidos, a vestimentas<sup>15</sup> etc.

Há uma grande atenção quanto à estética dos cadernos de oração ou até mesmo um zelo artístico. O esforço para atingir uma pureza, beleza e perfeição poderia ser entendido como uma maneira de “se aproximar de Deus”, por ser Ele mesmo perfeito, na concepção dos crentes. Numa perspectiva artística, os cadernos de oração poderiam ser interpretados como “iluminuras revisitadas”, enriquecidos com desenhos, colagens, sinais de paginação, letras adornadas, bordas e orlas etc. Se “as mãos [...] também 'dizem' a oração” (CERTEAU, 1987, p. 33), os movimentos das mãos da internauta Duda Diniz expressam um manifesto esforço que busca atingir uma caligrafia que se aproxime da perfeição.

A preocupação com estética dos diários espirituais está focada também na capa do caderno. A YouTuber Sarah Nery explica preferir “anotar as coisas do vocacional” em um outro caderno (e não no caderno que representa em sua capa o personagem Comics “*The Amazing Spider Man*”) que seria segundo ela “pequenininho, super fofo e bem mais espiritualizado, bem mais oracional” (8':00" até 8':16"). Assim, a internauta possui dois cadernos de oração: um que seria mais “pragmático”, que funcionaria como uma espécie de agenda para anotação de atividades ligadas a sua vida religiosa, enquanto o outro seria mais “íntimo” e ferramenta de apoio para se aproximar de Deus. Da mesma forma, a YouTuber Tainá Brito explica ironicamente que ela escreve suas orações em um caderno que lhe foi oferecido por seu irmão e que “por isso que tem essa capa linda de um carro que eu não sei dizer qual é, mas enfim...” (6':35" até 7':00").

## Conclusão

Buscamos neste trabalho entender em que medida a midiatização da prática vocacional, apoiada pela elaboração de um caderno de orações pela plataforma YouTube pode sugerir uma “feminilidade ingênua” como modelo a ser seguido pelas jovens cristãs. Esta midiatização se faz de maneira cuidadosa a partir da mise-en-scène de um ambiente de oração que nos parece duplo: ela é elaborada, por um lado, através da reunião de objetos meticulosamente reunidos (livros cristãos, bíblias, os cadernos de oração em si), visando tornar sagrado um “espaço físico ordinário”, que corresponderia,

---

<sup>15</sup> A este respeito, uma pesquisa realizada pela antropóloga Rita Gonçalo, intitulada *Moda Church – Performances e produções estéticas do vestir feminino em igrejas evangélicas cariocas*, revelou que as vestimentas “funcionam como um aparato legitimador da moral coletiva protestante” (GONÇALO, 2016, p. 11) na construção de uma categoria social autônoma.



---

na maior parte do tempo, ao quarto das YouTubers, e, por outro lado, a elaboração ocorre por meio de produtos audiovisuais e sua edição (escolha musical, posição da câmera, preocupação com a qualidade do vídeo etc.). Entretanto, esta mise-en-scène não nos é duplamente acessível, uma vez que os conteúdos dos cadernos de oração não são revelados, o que corresponde, na nossa concepção, à particularidade desse tipo de tutorial. Mais que um caráter pedagógico, as produções audiovisuais parecem apresentar uma conduta moral que seria susceptível de aproximar as internautas de Deus. Enfim, trata-se não somente da midiaticização de uma prática ou vivência religiosa, mas de um “estilo de vida” que as YouTubers ambicionam tornar visível.

**Corpus :**

COMO EU FAÇO MEU DEVOCIONAL | #SEMI. Produção: Tainá Brito. 2016. Online. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=90IpxPq7ubU>>. Acesso em: 02 junho. 2018.

COMO EU ORGANIZO MEU CADERNO DE ORAÇÃO | SETE CATEGORIAS. Produção: Sarah Néry. 2015. Online. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=TxXUtII7DFE&t=198s>>. Acesso em: 03 julho. 2018.

COMO EU USO O MEU CADERNO DE DEVOCIONAIS. Produção: Duda Ruiz. 2016. Online. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=UqkSijwJTWI&t=1s>>. Acesso em: 05 julho. 2018.

DEVOCIONAL DIÁRIO - COMO EU FAÇO MEU DEVOCIONAL NA PRÁTICA. Produção: Fabiola Keffer. 2017. Online. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Gz5pVaQccM0>>. Acesso em: 1º maio. 2018.

MEU CADERNO DE DEVOCIONAIS. Produção: Duda Ruiz. 2016. Online. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=C88PomifydE&t=156s>>. Acesso em: 05 junho. 2018.

5 MOTIVOS PARA COMEÇAR UM DIÁRIO ESPIRITUAL (E 3DICAS DE COMO FAZÊ-LO!). Produção: Francine Veríssimo. 2016. Online. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=wZm0oGpFqVE>>. Acesso em: 02 junho. 2018.

O QUE É? E COMO FAZER: DEVOCIONAL. Produção: Michelle Souza. 2015. Online. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=BMoul58kU0Q&t=369s>>. Acesso em: 07 julho 2018.

---

**Referências :**

BENDROTH, M. (1992). **Fundamentalism and Femininity**: Points of Encounter between Religious Conservatives and Women, 1919-1935. *Church History*, 61(2), 1992, p. 221-233.

BOUQUILLION, P., MIÈGE, B., MOEGLIN, P. Industries du contenu et industries de la communication. Contribution à une déconstruction de la notion de créativité. **Les Enjeux de l'Information et de la Communication**, n°16/3B, 2015, pp. 17-26. Disponível em: < <https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2015-supplementB/01-Bouquillon-Miege-Moeglin/index.html>>. Acesso em: 1º jul. 2018.

BRUSCO, Elizabeth E. **The Reformation of Machismo**: Evangelical Conversion and Gender in Colombia. Austin, TX: University of Texas Press, 1995.

BUTLER, J. (1988). *Performative Acts and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory*. The Johns Hopkins University Press. **Theatre Journal**, v. 40, n. 4 (Dec., 1988), pp. 519-531.

BUTLER, J. **Deshacer el género**. Barcelona: Ediciones Paidós Iberica, 2006.

CAMPBELL, H. Spiritualising the Internet, uncovering discourses and narratives of religious Internet usage. **Heidelberg Journal of Religions on the Internet** [online], V.1.1, 2005. Disponível em: <<https://heiup.uni-heidelberg.de/journals/index.php/religions/article/viewFile/381/356>>. Acesso em: 05 jul. 2018.

CAMPBELL, H. **When Religion Meets New Media**. London, United Kingdom: 1st ed. Routledge, 2010.

CAMPICHE, R. Individualisation du croire et recomposition de la religion. *Archives de sciences sociales des religions*, n. 81, 1993, 117-131.

CERTEAU, Michel de. **La faiblesse de croire**. Paris: Éditions du seuil, 1987.

CONNELL, R; MESSERSCHMIDT, J. **Masculinidade hegemônica: repensando o conceito**. *Revista Estudos Feministas*, CFH/CCE/UFSC, v. 21, n. 1, p. 241-242, 2013.

COUTO, M.T. Gênero, família e pertencimento religioso na redefinição de ethos masculinos e femininos. **ANTHROPOLÓGICAS**, Recife, PE, ano 6, v. 13(1), 2002, p. 15-34. Disponível em: < <http://www.revista.ufpe.br/revistaanthropologicas/index.php/revista/article/view/1>>. Acesso em 1º julho 2018.

COUTO, M.T. Na trilha do gênero: pentecostalismo e CEBs. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, SC, v. 10, n. 2, p. 357-369, 2002. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/ref/v10n2/14962.pdf>>. Acesso em: 04 julho.2018.

DERICQUEBOURG, R. Le Béthel, ordre religieux jéhoviste? The Jehovist Bethel, a Religious Order? \_\_\_\_\_. In: **Archives de sciences sociales des religions**, n. 50/1, pp. 77-88, 1980.

DOUYÈRE, D. ;ANTOINE, F. Penser l'entrelacs des religions et des médias. **Revue française des sciences de l'information et de la communication**, n.º 13, 2018. Disponível em : < <https://journals.openedition.org/rfsic/3756>>. Acesso em: 29 maio 2018.

DROGUS, C. (1990) Reconstructing the Feminine: Women in São Paulo's CEBs / Reconstruction de l'identité féminine et communautés de base à São Paulo? \_\_\_\_\_. In: **Archives de sciences sociales des religions**, n. 71, pp. 63-74. Disponível em: <[http://www.persee.fr/doc/assr\\_0335-5985\\_1990\\_num\\_71\\_1\\_1343](http://www.persee.fr/doc/assr_0335-5985_1990_num_71_1_1343)>. Acesso em: 02 jul. 2018.

FATH, S. **Une autre manière d'être chrétien en France**: socio-histoire de l'implantation baptiste (1810-1950), Genève: Ed. Labor et fides, 2001.

FOUCAULT, M. **Le jeu de Michel Foucault, dans Dits et écrits II**. Paris: Gallimard, 2001.

GONÇALO, R. Moda Church – Performances e produções estéticas do vestir feminino em igrejas evangélicas cariocas. **Mosaico**. vol. 7, n. 11, 2016, pp. 10-30.

HOLANDA, Sergio Buarque de. **Raízes do Brasil**. 26 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

LANDOWSKI, E. **Sociosemiótica**: uma teoria geral do sentido. Galaxia São Paulo, Online, n 27, jun. 2014 pp. 10-20. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/gal/v14n27/02.pdf>>. Acesso em: 09 julho. 2018.

MACHADO, M.D.C. Família: os novos modelos possíveis. In: **Carismáticos e Pentecostais**: Adesão Religiosa e seus Efeitos na Esfera Familiar. Campinas: Editora Autores Associados, ANPOCS, 1996.

MACHADO; M.D.C (2005) Representações e relações de gênero nos grupos pentecostais. **Estudos Feministas**, Florianópolis, SC, 13(2): 256, maio-agosto/2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ref/v13n2/26891>>. Acesso em: 20 junho. 2018.

MARTIN, B. The Pentecostal Gender Paradox: A Cautionary Tale for the Sociology of Religion. \_\_\_\_\_. In: **The Blackwell Companion to Sociology of Religion**. Princeton Theological Seminary: Blackwell Publishing Ltd, 2003.

MARTINO, L.M.S. A mediatização do campo religioso: esboço de uma síntese possível. **Comunicação & Informação**, v. 18, n. 2, p. 6-21, 2015.

MARTINO, Midiatização da religião e secularização: pensando as práticas religiosas no ambiente das mídias. **Revista Paulus**, vol. 1, n. 1, p. 97-108, 2017. Disponível em:

---

<<http://fapcom.edu.br/revista-paulus/index.php/revista-paulus/article/view/12>>. Acesso em: 02 jul. 2018.

MILLER, A.S.; STARK, R. Gender and Religiousness: Can Socialization Explanations Be Saved? **American Journal of Sociology**, v. 107, n. 6. The University of Chicago Press, 2002, pp. 1399-1423.

NIZARD, S. et all. (dir.). Introduction. \_\_\_\_\_. In: **Le religieux sur internet: textes et contextes**. Paris: Editora L'Harmattan, 2015.

SANTANA, J.S **Entre bordados, cadernos e orações**: a educação das meninas e as práticas educativas no Orfanato de São Cristovão e na Escola da Imaculada Conceição (1922-1969) [En ligne]. 2018. 149 f. Dissertação (Mestrado em Educação) - Núcleo de Pós-graduação em Educação, Universidade Federal de Sergipe, Aracaju. Disponível em: <<https://bdtd.ufs.br/handle/tede/1756#preview-link0>>. Acesso em: 1º jul. 2018.

SCOTT, J. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Educação e Realidade**, Porto Alegre, RS, v. 20/2, p. 71-99, jul./dez. 1995. Disponível em <<http://seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealidade/article/view/71721>>. Acesso em: 1º mai. 2017.

STEIL, C.A.; TONIOL, R. A crise do conceito de religião e sua incidência sobre a antropologia. In: Giumbelli, Emerson; Béliveau; Verónica Giménez. (Org.). **Religião, cultura y política en las sociedades del siglo XXI**. 1. ed. Buenos Aires: Biblos editora, 2013, p. 137-158.

STEVENS, E.P. "**Marianismo the Other Face of Machismo in Latin America,**" **Female and Male in Latin America**. Ed. Ann Pescatello. Pittsburgh, Pa.: University of Pittsburgh Press, 1973.

WILLAIME, J. P. **Médias et religions en miroir**. Presses Universitaires de France Politique d'aujourd'hui, Paris, 2000, p. 297-329.

WILLAIME, J.P. Le pasteur comme type particulier de clerc. In: \_\_\_\_\_. **Profession, pasteur: sociologie de la condition du clerc à la fin du XXe siècle**. Genève: éditions Labor et Fides, 1986. p. 49-72.

WOODHEAD, L. Gendering secularization theory. **Social Compass**, v. 55, n. 2, 2008. p. 187 193.

ZAIRA, A. A superioridade espiritual “da mulher”: poder ou contrapoder das mulheres. \_\_\_\_\_. In: **Masculino e feminino no imaginário católico**: da Ação Católica à Teologia da Libertação, São Paulo: Annablume, 2000. p. 71-81.