

Religião nas mídias e contra-hegemonia: a visita de Donald Trump ao Papa pelos memes¹

Tássia Aguiar de Souza²

Universidade Metodista de São Paulo

Resumo

Estudo sobre a produção e circulação dos memes sobre a visita do presidente americano Donald Trump ao Papa Francisco no âmbito da contra-hegemonia, enquanto produto de reconfiguração discursiva. A pesquisa tem por objetivo situar os memes na semiosfera da cultura e no processo comunicacional que envolve a representação das religiões nas mídias digitais e analisar seu uso enquanto objeto de resistência à figura do presidente americano. Para tal, será tomado como referencial teórico o conceito de semiosfera, de Lótman, e a proposta do *Homo Narrans* desenvolvida por Alain Rabatel. Será também feita uma revisão sobre os estudos que consideram a representação das religiões nas mídias. A metodologia empregada parte de um levantamento de memes sobre o evento, a partir da seleção feita pelo jornal O Estadão em sua plataforma *online* e é concluída com a Análise de Discurso (AD) do corpus. Concluímos com esse trabalho que a produção de memes resulta em uma propagação polissêmica dos discursos historicamente controlados pela mídia tradicional, sobretudo no que tange à religião e ao imaginário coletivo da figura do Papa Francisco, um líder religioso midiático.

Palavras-chave: contra-hegemonia, discurso, meme, religião, resistência.

INTRODUÇÃO

Esse artigo é resultado da pesquisa que trata da investigação sobre a resignificação de discursos dominantes nas comunicações de massa por meio dos memes, assim como o movimento contrário de contaminação da mídia hegemônica. Para fundamentar a investigação, partimos do conceito de semiosfera, de Yuri Lótman, para situar os memes como produto de resistência/contracultura frente aos enunciados hegemônicos. Em seguida, propomos uma investigação das condições de produção

¹ Trabalho apresentado na XII Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial (Eclesiocom), realizada na Pontifícia Universidade Católica – Campinas, 17/8/2017

² Jornalista e mestranda em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo, e-mail: 'tassiaguiar@gmail.com'

desses novos discursos a partir da concepção de Alain Rabatel de descentramento da narrativa para a narração, como forma de asseverar as escolhas contestadoras do enunciador em questão.

A metodologia empregada para este fim teve como largada a seleção feita pelo site do jornal O Estadão dos memes repercutidos a partir da visita do presidente estadunidense, Donald Trump, ao Papa Francisco, no dia 24 de maio de 2017 (<http://emails.estadao.com.br/noticias/gente,encontro-entre-trump-e-o-papa-francisco-gerou-os-melhores-memes,70001811562>), intitulada “Encontro entre Trump e o Papa Francisco gerou os melhores memes”. A seleção de memes feita pelo jornal serviu de base para uma análise do discurso contra-hegemônico presente na produção dos memes. Para confrontar esses novos discursos, utilizamos as fotos publicadas pela Casa Branca e pelo Vaticano nos perfis oficiais da rede social *Flickr*.

Com este trabalho esperamos contribuir para os estudos das novas formas de comunicação empreendidas pelo crescente avanço tecnológico que comporta a participação de usuários na produção e circulação de conteúdo, sobretudo, em torno do imaginário religioso.

A figura do Papa Francisco e a representação da religião nas mídias

Pesquisas recentes³ em torno da figura do Papa Francisco apontam para um consenso: sua notável popularidade. Maíra Campos, que analisa a imagem do pontífice a partir do conceito de celebridade, sublinha

Nos chama atenção em nossa análise, a grande aprovação que esse Papa desperta em diferentes públicos [...] Tomando apenas o viés religioso, temos um público católico [...] um público formado por evangélicos, que seguem diferentes religiões e crenças protestantes; um público espírita; um público de

³ Dissertação “O Papa é Pop: o primeiro pontífice latino-americano como centro das atenções” (CAMPOS, 2017); Dissertação: “Mídia e religião: a construção dos imaginários sociodiscursivos referentes ao Papa Francisco nas notícias das revistas *Veja* e *Carta Capital*” (MONTEIRO, 2016); Tese: “E o verbo se fez rede: uma análise da circulação do católico em redes comunicacionais online” (SBARDELOTTO, 2016)

religiões de matrizes africanas; um público mulçumano; um público judeu; um público agnóstico; um público ateu; e assim por diante. E ao observar esses públicos constituídos, percebemos que *Francisco suscita admiração e desperta empatia* em todos eles, independente da crença. Há aqui, a figura de um líder *quase unânime*. Alguém que traz uma fala que se dirige a todas as pessoas, independente de idade, raça, crença, orientação sexual, nacionalidade etc. Trata-se de um Papa que agrada a gregos e troianos, a religiosos e ateus. (2017, p. 100, grifo nosso)

O público descrito acima combina estratos sociais que, por si só, já destacam o atual pontífice de seus antecessores. Ainda segundo Campos (2017, p. 56), são diversos os aspectos que contribuem para tamanha aceitação: a abertura de diálogo com diferentes crenças; a simplicidade em hábitos cotidianos; a proximidade com os fiéis; a discussão de questões polêmicas dentro da igreja católica; a exaltação da tolerância e do amor; e a enorme preocupação com os pobres e minorias oprimidas. Esse perfil é corroborado por Monteiro (2016, p.89), ao constatar, em sua pesquisa sobre a construção do imaginário do Papa Francisco na mídia brasileira, pontos convergentes em publicações das revistas *Veja* e *Carta Capital*, sendo eles: a utilização do imaginário de pessoa humilde, promotora da paz, engajada na política, bem-humorada e de um líder que se preocupa com os pobres e as questões sociais.

No entanto, é pertinente destacar a relação entre mídia e religião para compreendermos a construção desse imaginário. Nessa temática, a pesquisadora Magali Cunha propõe a análise a partir da mediação em detrimento dos meios – reflexão iniciada por Martín-Barbero em 1997:

ao se assumir esta perspectiva nos estudos em comunicação e religião, busca-se superar os estudos funcionalistas que predominaram dos anos 70 a 90 e procuravam analisar o “uso” das mídias pelas igrejas. Estes estudos têm lugar relevante na compreensão dos processos de comunicação religiosa mas se esgotaram e não dão conta do sentido, do valor e do lugar da comunicação na prática dos grupos religiosos, nem das mudanças na natureza da comunicação religiosa que os meios produziam nas igrejas (CUNHA, 2016, p. 4)

Historicamente, no âmbito da do Cristianismo brasileiro, a forma de comunicação social predominante nas igrejas deu-se fundamentalmente pela literatura impressa, pelo rádio e depois pela TV, segundo Cunha. Porém, a autora destaca também a intensificação da presença da religião na web a partir dos anos 2000, que se dá “por meio de websites institucionais e de uma infinidade de páginas, dos mais diferentes grupos, que dão visibilidade ao que é institucionalizado, mas também revelam o alternativo” (2016, p.6). E é nesse novo espaço de interações mais diretas, em que as fronteiras entre produtor e consumidor de conteúdo se borram, que acreditamos efervescer os processos de mediação cultural.

Recente pesquisa sobre a “circulação do ‘católico’ em redes comunicacionais online” em que é analisada a “presença” do papa no *twitter*, o autor, Sbardelotto (2016), realiza um estudo minucioso sobre o perfil @Pontifex – primeiro perfil pessoal de um papa em redes sociais – e destaca, entre outros aspectos a diferença no número de seguidores do perfil durante os pontificados de Bento XVI e Francisco: o primeiro conquistou de 3 milhões de seguidores reunindo todas as oito versões idiomáticas da conta, enquanto o segundo já ultrapassa a marca dos 27 milhões.

Além disso, Stebolotto destaca algumas diferenças no quesito interatividade no perfil durante a gestão dos dois papas: Bento XVI jamais fez uso de imagens e hashtags, já Francisco, faz uso moderado dos dois recursos e busca um discurso de maior proximidade com seus seguidores. Apesar da atualização do site ser feita por uma equipe de especialistas, Sbardelotto ressalta que o próprio pontífice solicita ou aprova todas as postagens pessoalmente. O que, acreditamos, desmitifica a imagem de uma personalidade inacessível, ou, como assinala Sbardelotto, “no twitter, o papa passa a estar ao alcance de um clique sobre cujo perfil a sociedade pode derramar todos os sentidos culturais possíveis – e publicamente” (2016, p. 192).

Sendo o Twitter um dos principais canais de produção de memes e fonte cada vez mais frequente de pautas para os grandes veículos, como veremos adiante, consideramos, portanto, fundamental analisar a presença da figura religiosa no

microblog em sua ressonância nas incontáveis publicações espontâneas mundo afora, a partir da esteira de Martin-Barbero que, segundo Cunha (2016, p.3),

instiga pesquisadores que relacionam comunicação e cultura, a colocar o olhar nos fenômenos socioculturais em curso, considerando uma nova forma de ser na sociedade em que as lógicas (cultura) das mídias atravessam e permeiam a ordem social e, juntamente com as tecnologias, mediam as formas de ser e perceber o real. As práticas sociais, os processos interacionais e a própria organização social, se fazem tomando como referência o modo de existência desta cultura midiática, suas lógicas e suas operações, baseadas na fluidez, na conexão, na rede, na não-linearidade.

Onde nascem os memes

As possibilidades de criação e propagação cultural no ciberespaço são imensuradas. A circulação de memes vem ultrapassando as barreiras do ambiente digital e ocupando o dia-a-dia de internautas em escala global. Essa tendência vem pautando não só a agenda dos usuários, mas também da mídia tradicional e de lideranças políticas nacionais e internacionais.

Por se tratar de uma criação contemporânea e dada a relevante influência dos memes no cotidiano dos brasileiros, nos propomos a demonstrar que espaço eles ocupam na semiosfera cultural e como se configuram seus discursos a partir da retomada dos enunciados postos pela mídia hegemônica, dada a proposição de que a construção da cultura é um exercício de memória constante como veremos adiante.

Os memes não possuem origem certa, nascem no seio social, em terminais anônimos (ou não) do ciberespaço e ganham notoriedade a partir de seu compartilhamento irrefreado. A origem do termo é atribuída ao biólogo Richard Dawkins (1976), que, comparando a propagação de ideias à propagação de características genéticas, classificou ambos como “replicadores”, ou seja, capazes de multiplicar e propagar “informações” de acordo com sua capacidade de adaptação ao ambiente.

Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo
XII Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial
Pontifícia Universidade Católica - Campinas, 17/8/2017

Exemplos de memes são melodias, ideias, "slogans", modas do vestuário, maneiras de fazer potes ou de construir arcos. Da mesma forma como os genes se propagam no "fundo" pulando de corpo para corpo através dos espermatozóides ou dos óvulos, da mesma maneira os memes propagam-se no "fundo" de memes pulando de cérebro para cérebro por meio de um processo que pode ser chamado, no sentido amplo, de imitação. Se um cientista ouve ou lê uma ideia boa ele a transmite a seus colegas e alunos. Ele a menciona em seus artigos e conferências. Se a ideia pegar, pode-se dizer que ela se propaga, si própria, espalhando-se de cérebro a cérebro. (DAWKINS, 1976, p. 122)

A partir dessa dinâmica, um espaço significativo de resistência social e política vem se desenvolvendo e ganha eco em estudos interdisciplinares: a prevalência de um discurso hegemônico tomado como representante oficial de determinado recorte histórico é preocupação não apenas dos produtores de memes, mas de pesquisadores no campo da história, da filosofia e da comunicação, sintetizado no pensamento benjaminiano de que “o dom de despertar no passado as centelhas da esperança é privilégio exclusivo do historiador convencido de que também os mortos não estarão em segurança se o inimigo vencer. E esse inimigo não tem cessado de vencer” (BENJAMIN, 1986, p. 224-225)

Tomando a produção de memes e sua imensurável capacidade de alcance no ciberespaço como uma reconfiguração dos discursos impostos na sociedade, podemos pensá-lo como um instrumento de resistência frente às configurações políticas e sociais impostas. Mundo afora, temos exemplos concretos de mudanças conquistadas nesses âmbitos mobilizadas a partir do ambiente digital. Sobre esse fenômeno, Castells (2013) destaca a autonomia da comunicação nesse novo espaço público, o espaço em rede localizado entre o ambiente digital e urbano, como questão fundamental para a viabilidade de manifestações sociais transformadoras. Segundo ele, a autonomia da comunicação possibilitada pelos novos canais digitais é a essência dos movimentos sociais, uma vez que permitem a formação do movimento e sua articulação com a sociedade em geral para além do controle dos detentores do poder sobre o poder da comunicação.

Sobre esse poder da comunicação, temos ainda que a repercussão da produção de memes por meio da mídia tradicional vem se tornando cada vez mais comum e pode ser compreendida a partir da reflexão de Lótman nos estudos da semiótica da cultura.

O lugar dos memes na semiosfera

Cada vez mais usados em situações de contestação e/ou oposição a forças dominantes historicamente configuradas, os memes se destacam nas redes sociais pela crítica ácida e bem-humorada – tal qual as charges no jornalismo. Para conceituarmos esse espaço de resistência cultural em emergência no ciberespaço, recorreremos à semiótica da cultura, em que Lótman propõe a configuração de um espaço que contempla toda forma de cultura e onde todos os sistemas sógnicos estão em constante processo de criação e dialética. A esse universo ele denominou semiosfera.

A semiosfera constitui-se de um núcleo e de periferias que se estabelecem de acordo com o objeto em análise. A cultura situada no núcleo desse sistema representa aquela de maior influência e controle sobre as demais manifestações, enquanto que a cultura periférica desenvolve-se às margens do sistema, mas sempre em contato com o centro hegemônico.

Nos apropriamos desse conceito para uma análise da reconfiguração dos discursos históricos – não exatamente fixados no passado, mas perpetuados hegemonicamente na mídia – a partir dos memes. Propõe-se então, a localização dos memes na periferia da semiosfera, onde ele se apropria de notícias e conceitos sedimentados nos discursos tradicionais da mídia e de instituições políticas (núcleo) transformando-nos em escárnio, expondo as vozes dominantes ao contraditório e ao ridículo.

Sobre as duas estruturas fundantes da semiosfera, Lótman denota sua irregularidade interna como a própria lei de organização, definindo que núcleo e periferia se movimentam no espaço semiosférico, gerando “áreas de tensão” (RAMOS et al, In: MACHADO, 2007, p.35). Temos então que, assim como os produtores de memes reconfiguram os discursos hegemônicos, a mídia tradicional também é pautada

Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo
XII Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial
Pontifícia Universidade Católica - Campinas, 17/8/2017

pela agenda desses usuários. Nesse contexto, as fronteiras entre núcleo e periferia contaminam-se mutuamente permitindo a expansão da cultura a partir de um diálogo constante. “Na realidade da semiosfera, por regra geral se viola a hierarquia das linguagens e dos textos: estes se chocam como linguagens e textos que se encontram em um mesmo nível” (LÓTMAN, 1996, p. 30) Em constante processo de diálogo, núcleo e periferia se apropriam de elementos externos ao seu domínio e reorganizam suas estruturas discursivas originando novas manifestações culturais.

A função da fronteira [...] se reduz a limitar a penetração do externo no interno, a filtrá-lo e elaborá-lo adaptativamente. [...] todos os mecanismos de tradução que estão a serviço dos contatos externos pertencem à estrutura da fronteira da semiosfera. [...] O espaço semiótico se caracteriza pela presença de estruturas nucleares (com mais frequência várias) com uma organização manifesta e de um mundo semiótico mais amorfo que tem na periferia, na qual estão submergidas as estruturas nucleares (LÓTMAN, 1996, p. 26-29).

Figura 1 - Matéria produzida pelo Estadão pautada pela circulação de memes



Fonte: <http://emails.estadao.com.br/noticias/gente,encontro-entre-trump-e-o-papa-francisco-gerou-os-melhores-memes,70001811562>

Discurso e Identidades

Assumindo a relevante necessidade de compreender a construção de identidades por meio de movimentos discursivos no ciberespaço, tomaremos a instituição da Análise de Discurso (AD) como instrumento de análise das condições de produção dos memes em questão.

Tomemos como texto, neste trabalho, a materialidade – manifestada de forma verbal e não-verbal – que dá acesso ao discurso e seus processos discursivos. Na teoria proposta por Michel Pêcheux, esse texto deve ser observado como uma unidade de análise afetada pelas condições de produção e que está fatalmente atravessado pelo interdiscurso – lugar onde residem múltiplos sentidos produzidos por vozes anônimas que afetam o dizer.

A análise do discurso, ao examinar um texto, busca uma semântica discursiva, cujo exame pode iniciar pela materialidade textual, mas precisa ultrapassar os limites do texto para alcançar o próprio discurso e seus processos de significação e o próprio do discursivo, que são as relações que o texto mantém com o interdiscurso. (INDURSKI, 2006, p. 72)

Para alcançarmos uma compreensão clara do discurso disseminado na produção dos memes sobre o encontro entre Donald Trump e o Papa Francisco, é necessário trazer à superfície o dizer submerso na Linguística. A teoria proposta por Michel Pêcheux realiza esse “resgate” de sentido relacionando basicamente três campos do conhecimento, são eles, a Linguística, o Materialismo histórico e a Psicanálise. Pêcheux admite que a língua é um sistema dotado de normas próprias, porém, não é completamente autônomo, de forma que o sentido não se completa na combinação de signos, mas sim na complexa relação dessas três áreas. Essa teoria defende que a ideologia e o inconsciente são determinantes na construção dos discursos, dados os contextos sócio-históricos que permeiam nossa memória.

Porém, consideramos a abordagem de Alain Rabatel sobre um sujeito consciente de suas escolhas fundamental para a análise deste corpus, uma vez que existe uma intenção manifesta de resistência na criação dos memes. Esse importante recorte da instituição da AD proposto por Rabatel se concretiza no conceito de *Homo Narrans* em que, segundo o autor, as escolhas do enunciador (enunciado e narração) são conscientes e, portanto, imprescindíveis de análise.

Essas escolhas, que produzem efeitos no leitor, são analisáveis tanto como indicadoras de pontos de vista sobre a história como sobre a narração. Elas intensificam a análise das intenções entre as atividades de construção da diegese e as de sua colocação em palavras, e, por isso, enriquecem a interpretação das obras (RABATEL, 2016, p. 16).

Essa proposta nos leva mais uma vez ao caráter contestador dos memes analisados, em que fica comprovada a intenção de depreciar a imagem do presidente Donald Trump no evento tomando forma também no conceito de efeito de sentido monofônico apresentado por Diana Barros (2001), que convergem em discursos autoritários.

Nos discursos autoritários abafam-se vozes, escondem-se diálogos e o discurso da verdade única, absoluta e incontestável. A única forma de contestar tais discursos é recuperar externamente a polêmica escondida, os confrontos sociais, ou seja, contrapor ao discurso autoritário um outro discurso, responder a ele, com ele dialogar, polemizar (FARACO; TEZZA; CASTRO, apud BARROS, 2001, p. 36)

Nesse sentido, a identidade autoritária e intolerante do presidente que permeia o imaginário coletivo nos conduz a um exercício de memória. A memória deve ser entendida aqui como um ponto de retomada de referências no passado que configuram o presente. Pêcheux (1999) introduz o termo “memória discursiva” para definir essa

Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo
XII Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial
Pontifícia Universidade Católica - Campinas, 17/8/2017

relação de passado e presente no movimento discursivo: a memória discursiva seria aquilo que, face a um texto que surge como acontecimento a ler, vem restabelecer os ‘implícitos’ (quer dizer, mais tecnicamente, os pré-construídos, elementos citados e relatados, discursos-transversos, etc.) de que sua leitura necessita: a condição do legível em relação ao próprio legível.

É com a retomada de sentidos já produzidos no passado (remoto ou distante) que os novos discursos produzem efeito em seus interlocutores e é a partir desse movimento sentidos que exploramos a relação entre “o dito e o não-dito”.

Dada, então, a necessidade de exposição dos dizeres emudecidos dos usuários anônimos que encontram nas mídias sociais a oportunidade de problematizar forças opressoras, chegamos à produção dos memes que comparam imagens do Papa Francisco em encontros com o presidente Donald Trump e o ex-presidente Barack Obama em setembro de 2015.

Figura 2 – Os encontros políticos do Papa Francisco em memes



Fonte: <http://emails.estadao.com.br/noticias/gente,encontro-entre-trumpe-o-papa-francisco-gerou-os-melhores-memes,70001811562>

Quando os usuários compartilham imagens dos dois encontros representando sentimentos opostos, busca-se enfatizar a baixa popularidade de Donald Trump que despontou em sua campanha à presidência com discursos que demonstravam pouca

Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo
XII Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial
Pontifícia Universidade Católica - Campinas, 17/8/2017

empatia por mulheres, negros, latinos e imigrantes. Do outro lado da moeda, temos na memória coletiva um ex-presidente negro que tomou medidas populares na defesa dos direitos dessas minorias. Além disso, temos no imaginário coletivo, a construção identitária de um Papa progressista que diverge das medidas tomadas pelo atual presidente.

Antes do encontro, já era público o posicionamento divergente do pontífice à gestão do atual presidente americano, sobretudo nas questões relacionadas a proteção ambiental, imigração, venda de armas e neoliberalismo. A tensão ideológica pré-existente entre as duas personalidades, pois, são condições de produção que nos permitem definir como fundantes desse discurso.

As imagens selecionadas para polemizar o encontro são *frames* informais e aleatórios dos dois encontros, o que reforça a intenção do *homo narrans* responsável por sua enunciação. No levantamento feito nos perfis das três personalidades no Flickr, constatamos a mesma sobriedade nas feições do Papa frente a Trump e Obama. No Flickr oficial do Vaticano (<https://www.flickr.com/photos/newsva/>), constam fotos da visita do Papa Francisco aos Estados Unidos em setembro de 2015 armazenadas no álbum de nome “*Visit to USA*”. Os registros denotam uma figura igualmente sisuda com expressões de austeridade e exigência que a ocasião demanda. Não constam fotos do encontro com o presidente Donald Trump, a rede social não é atualizada desde abril de 2016.

Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo
XII Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial
Pontifícia Universidade Católica - Campinas, 17/8/2017

Figura 3 - Foto oficial



Fonte: Flickr do Vaticano

Já no *Flickr* oficial do ex-presidente Barack Obama na Casa Branca (<https://www.flickr.com/photos/obamawhitehouse/>), as fotos do encontro, armazenadas no álbum de nome “*Year 2015*”, apresentam um pontífice menos austero, mas, ainda, formal – diferente das fotos utilizadas nos memes para comparação entre a relação com os dois americanos.

Figura 4 - Foto Oficial



Fonte: Flickr de Barack Obama

Figura 5 - Imagem da visita do Papa Francisco ao presidente Obama



Fonte: Autoria desconhecida

Um fato curioso, porém, é que o álbum “President Trump's Trip Abroad” no *Flickr* oficial da Casa Branca constam imagens da visita do presidente ao Vaticano, ao lado de sua esposa e parte da comitiva, porém, nenhuma foto do anfitrião Papa Francisco. Até a conclusão deste trabalho, nenhum álbum havia sido criado para o registro.

Considerações Finais

Há um resgate de memória observado que se dá na ordem do discurso: na produção dos memes selecionados sobre o encontro entre os dois líderes, os usuários apropriam-se de uma identidade autoritária fixada no imaginário coletivo e reconfiguram-na discursivamente a partir de um posicionamento de contestação ao que ali se impõe. Trata-se de corromper um discurso posto, que não ficou no passado, mas que tem suas raízes plantadas longinquamente no tempo ao longo da história da luta de classes.

Embora as vozes oficiais das duas personalidades silenciem a tensão presente no acontecimento, os produtores dos memes em circulação trazem à superfície uma nova versão dos fatos, não uma versão construída, mas uma reconfigurada a partir de um novo ângulo, o da contra-hegemonia, da resistência que, graças ao alcance das novas

tecnologias em comunicação, ganham eco nos espaços hegemônicos da mídia tradicional e permitem a propagação de um discurso polissêmico.

Essa resistência só é possível se tomarmos como sujeito o *homo narrans*, que constrói sua própria narrativa dos fatos, é um sujeito ativo, que já não se satisfaz com o mero consumo da informação, ele produz, ressignifica, compartilha. Embora reconheçamos a influência da mídia na construção do imaginário coletivo sobre as personalidades em questão, não se pode mais falar no controle desse público, sem pelo menos admitir a interferência bilateral no fluxo de práticas e discursos.

Da mesma forma, cabe destacar a influência mútua entre mídia e religião: assim como as concessões públicas de emissoras de TV e de rádio para igrejas interferem diretamente na programação midiática, para atingir seus públicos, as religiões também precisam ceder aos formatos discursivos e tecnológicos da mídia. E a partir daí, assistimos às instituições religiosas se distanciarem cada vez mais da posição de autoridade incontestável e se converterem em espetáculo, convergindo com a mídia no popular.

REFERÊNCIAS

BARROS, Diana Luz Pessoa de. Contribuições de Bakhtin às teorias do texto e do discurso. In: FARACO, C.A.; TEZZA, C.; CASTRO, G. (orgs). **Diálogos com Bakhtin**. 3ª Ed. Curitiba- PR: Editora UFPR, 2001.

CAMPOS, Maíra L. B. C. M. **O Papa é Pop**: o primeiro pontífice latino-americano como centro das atenções. 2017. 182 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

CASTELLS, M. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CUNHA, Magali do Nascimento. **Elucidações contemporâneas nos estudos brasileiros em mídia e religião**: a perspectiva das mediações culturais e

Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo
XII Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial
Pontifícia Universidade Católica - Campinas, 17/8/2017

comunicacionais, 2016. Disponível em:

< <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/22280>>.

Acesso em: 12 jun 2017

DAWKINS, R. **O gene egoísta**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007, 553 p.

INDURSKI, F. O texto nos estudos da linguagem: especificidades e limites. In: ORLANDI, E; LAGAZZI, S. **Introdução às ciências da linguagem**: Discurso e textualidade. Campinas: Pontes, 2006.

MONTEIRO, Dayane S. **Mídia e religião**: a construção dos imaginários sociodiscursivos referentes ao Papa Francisco nas notícias das revistas Veja e Carta Capital. 2016, 134 f. Dissertação (Mestrado em Letras) – Universidade Federal de Viçosa.

LÓTMAN, I. M. **La semiosfera I**: semiótica de la cultura y del texto. Tradução de Desiderio Navarro. Valência: Frónesis Cátedra, 1996.

PÊCHEUX, Michel. O papel da memória. In. **O papel da memória**. Campinas: Pontes, 1999.

RABATEL, Alain. **Homo Narrans**: por uma abordagem enunciativa e interacionista da narrativa: pontos de vista e lógica da narração teoria e análise. Vol.1. São Paulo: Cortez, 2016. p. 15-55.

RAMOS, Adriana Vaz. et al. Semiosfera: exploração conceitual nos estudos semióticos da cultura. In: MACHADO, Irene (org). **Semiótica da cultura e semiosfera**. São Paulo: Annablume Fapesp, 2007, p. 27-45.

SBARDELOTTO, M. **E o verbo se fez rede**: uma análise da circulação do católico em redes comunicacionais online. 2016, 498 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo.



ECLESIOCOM



Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo
XII Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial
Pontifícia Universidade Católica - Campinas, 17/8/2017
