



Projeto “cura gay” vai às ruas: Uma análise semiológica das manifestações populares midiáticas em Santa Maria – RS

Francieli Jordão Fantoni¹

Viviane Borelli²

Universidade Federal de Santa Maria - UFSM

Resumo

A midiaticização, acrescida do processo de convergência, possibilitou novas práticas colaborativas em rede, transformando sujeitos em atores ativos na busca de fontes alternativas ao poder midiático tradicional. Tal aspecto foi favorecido pelas redes sociais digitais, evidente nas manifestações ocorridas pelos países em junho de 2013. Desta forma, a pesquisa pretende analisar a inserção da religião na esfera política, social e midiática, observando as manifestações populares como um indicativo de aceitação ou rejeição das ações por ela sugeridas, como o projeto conhecido como cura gay. Para isso, analisa-se cartazes produzidos pelos manifestantes, a partir da perspectiva semiológica proposta por Eliseo Verón (2004). Nota-se que o pastor e deputado federal do Partido Social Cristão, PSC, Marco Feliciano, ocupa papel central neste debate.

Palavras-chave:

Midiaticização; Religião; Cura gay.

Abstract

The process of mediatization and the technological convergence allowed new collaborative practices, transforming the individuals into actors that hope to transform themselves into alternative sources to the traditional mediatic power. These aspects promoted the participation through digital networks, in the manifestations that occurred in Brazil, during June of 2013. In this way, the research intends to analyze the insertion of religion in the political, social and mediatic spheres, observing the popular manifestations as a indication of admission or rejection of the actions that were suggested, as a project known as "Gay Cure". Banners that were produced by the

¹Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da UFSM e acadêmica do curso de Produção Editorial da UFSM. E-mail: frannjf@gmail.com. Bolsista Capes/Fapergs 2013/2015.

²Doutora em Ciências da Comunicação pela Unisinos, RS. Professora do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). E-mail: viviborelli10@gmail.com.

protesters were analyzed, as the method of this research, following the semiologic perspective proposed by Eliseo Verón (2004). It was noted that the minister and deputy of Social Christian Party (PSC) Marco Feliciano's symbolic effect occupied the central role in this debate.

Keywords:

Mediatization; Religion; Gay Cure.

INTRODUÇÃO:

A experiência pessoal tornou-se fluída com o advento da Internet e mais especificamente com as redes sociais. Os laços de união já não são somente representados por mãos dadas, mas por cabos e conexões através de dispositivos sócio-técnicos. Tal processo é consequência da midiaticização, que representaria uma nova forma de estar junto, em um ambiente desterritorializado, reflexo da crise das grandes instituições.

Mas com as manifestações populares, observa-se um movimento inverso, que trouxe elementos como a produção colaborativa em rede, a inteligência coletiva e a circulação intensa de conteúdos para as ruas. O sujeito se transforma em ator/agente de mudanças e porta-voz de uma geração multifacetada, que emerge das redes para operar nas ruas.

Neste contexto, a pesquisa tem por objetivo analisar os cartazes utilizados na manifestação contra o projeto de decreto legislativo, PDC 234/11, conhecido como “cura gay”, na cidade de Santa Maria – RS. Metodologicamente, apoia-se na teoria semiológica, proposta por Verón (2004), que pressupõe relações de produção e de reconhecimento dos discursos.

O objetivo da inserção evangélica na política, que remonta ao ano de 1986, era se organizar para debater políticas de cunho moral, como a possibilidade de tratamento para homossexuais, que desejassem “reverter” a sua condição. Alguns dos interesses das igrejas, como de expandir-se por meio dos dispositivos midiáticos, foram atendidos neste período, já que entre 1985 a 1988 foram dadas 946 concessões de rádio e 82 de televisão para igrejas evangélicas.

A partir deste olhar, parte-se para a ambientação da atual configuração societária, discutindo-se conceitos como midiaticização, território e espaço público com o

objetivo de entender o perfil dos manifestantes, que afetados pela convergência midiática, passam reconfigurar suas atuações políticas. Após estas considerações discute-se sobre a inserção da religião evangélica nas redes sociais digitais.

1) O Espaço Público Midiatizado

Com a passagem da sociedade moderna para a entendida como pós-moderna ou pós-industrial, a mídia passa a ser vista não somente como mediadora das práticas sociais dos campos, mas como um espaço autônomo de produção de sentidos. Os avanços tecnológicos, sociais e culturais provocaram uma reestruturação do tempo geográfico, físico e espacial. Tal mutação é proveniente do processo que conhecemos por globalização.

A globalização, ou mais assertivamente, globalizações³, é um processo que atravessa diversas áreas da vida social de modo complexo e desigual. O caráter multifacetário do fenômeno é representado pela intensificação das relações sociais à distância e por dimensões econômicas, sociais, políticas, religiosas, jurídicas e culturais de modo interligado, como avalia Boaventura de Souza Santos (2005).

Contudo, a mídia só começa a desempenhar um papel no processo de globalização no fim do século XIX e início do XX. Milton Santos (2006) argumenta que as mídias tradicionais possuem um caráter nefasto, por gerar mais exclusões do que inclusões sociais: “O que mais circula por esses computadores globais são informações pragmáticas, manipuladas por uns poucos atores, em seu próprio benefício. O mercado informático é controlado por um punhado de firmas gigantes, situadas num pequeno número de países” (SANTOS, 2006, p. 132).

Entretanto, ressalta-se que sua fala está situada em um período em que o ambiente digital ainda estava em expansão. Atualmente, observa-se que com o processo de convergência, os atores passaram a ter um “controle das mídias”, o que assusta as grandes corporações. Os indivíduos são tanto produtores como consumidores de produtos e ações, ou seja, promotores da convergência, como argumenta Jenkins (2009). Tal pensamento também vai ao encontro de Santos (2005) que argumenta que os meios

³Termo utilizado por Boaventura de Souza Santos para definir um conjunto de relações sociais que diferem entre si, gerando o que se chama de globalizações; um espaço de conflitos entre vencedores e vencidos.

eletrônicos são processados de modo ativo pela sociedade, constituindo-se uma forma de resistência.

Neste contexto, a mediação passa a ser intensificada. Destaca-se que apesar de ter se tornado evidente neste período histórico, ela não é fruto da globalização. Para Verón (2012, p.18), a mediação iniciou a cerca de 200 mil anos com a origem da espécie, pois para ele, o fenômeno é “[...] a exteriorização de processos cognitivos, que aparentemente é uma disposição da espécie. Isso começou com a indústria da pedra, e de maneira plena na famosa revolução neolítica”. Ou seja, a materialidade de ferramentas criadas nesta época representa estes processos cognitivos, que iniciam com um suporte material, passando pela pedra, escrita, imprensa e, agora, com a digitalização.

No atual processo, a mediação é entendida como um fenômeno em que a tecnologia atravessa os mais distintos campos sociais. Contudo, não pretende-se dizer que há somente um caráter tecnológico e sim uma mudança social e cultural envolvidas nesta nova ambiência. A mediação, desta forma, pode ser descrita como complexas interações entre mídias, instituições e indivíduos, que irá resultar em afetações não lineares – já que se supõe um processo de interação que é circular - engendradas por práticas discursivas e simbólicas.

Assim, ela adquire hoje características próprias, no qual a técnica promove um atravessamento nas relações sociais modificando a cultura da própria sociedade e o modo como ela se apresenta, ofertando assim uma mediação específica. Conforme Fausto Neto (2007), os processos de mediação:

[...] têm desencadeado várias mutações em práticas sociais, afetando identidades e seus funcionamentos. Particularmente, incidem sobre as regras e estratégias através das quais as instituições midiáticas organizam e desenvolvem suas “políticas de sentido” (FAUSTO NETO, 2007, p. 1) [grifo do autor].

Desta forma, a mediação possui um caráter simbólico que afeta o modo como as organizações, não só de meios de comunicação, organizam suas estratégias. Para isso, muitas investem em distintos dispositivos para intensificar o contato com seus públicos.

Para Verón (2012) os dispositivos técnicos são uma espécie de aglutinadores de espaços mentais, ou seja, de visões de mundo.

Outro conceito de dispositivo é o cunhado por Ferreira (2003). O autor destaca que os dispositivos não são apenas de natureza material, tecnológica ou inerte do enunciado, já que são uma conexão entre contexto, enunciado, suporte e forma de inscrição, ou seja, a sociedade, a linguagem e a tecnologia.

Assim, o conceito de dispositivo deve ser entendido para além da sua função técnica. “O dispositivo é mais do que um suporte tecnológico que liga dois sujeitos, já que abrange um emaranhado de relações de ordem técnica e simbólica” (BORELLI, 2010, p.7). Borelli (2010) esclarece que o termo sócio-técnico-simbólico pré-dispõe técnica e sentidos gerados a partir da sua processualidade, não sendo possível separar o dispositivo do contexto social e da sociedade.

O dispositivo também orienta processos e constrói discursos. Para Verón (2004) ele é um lugar de enunciação que se apresenta de três maneiras: a imagem de quem fala, ou seja, o enunciador; a imagem daquele a quem o discurso é dirigido, o destinatário e a relação entre o enunciador e o destinatário, propostas no e pelo discurso. Esses “modos de dizer” (VERÓN, 2004, p.216) dão forma ao dispositivo de enunciação. Não há produção de sentidos sem a enunciação, que vai ser entendida pelo receptor por meio um contexto sociocultural, que codetermina os sentidos.

Neste ponto, cabe salientar que a produção de sentidos entre emissor e receptor passa por processos de convergência. O caráter tecnológico, cultural e social deste fenômeno produz afetamentos nas relações sociais de interação, além de modificar a estrutura da sociedade, que passa a ser cada vez mais ativa/colaborativa e ao mesmo tempo personificada e individual. O “bem comum” – ou coletividade -, valor da sociedade moderna - vai aos poucos sendo superado por um foco do pensamento mais individual.

A convergência torna-se cada vez mais complexa na medida em que a sociedade se midiática e o público invade as redes sociais digitais. É neste espaço que vemos mais claramente os três conceitos propostos por Henry Jenkins (2009), que são a inteligência coletiva, que trata de uma nova forma de consumo coletivo e fonte alternativa ao poder midiático, a cultura participativa que expressa esse novo comportamento do consumidor midiático contemporâneo e a convergência midiática, que se traduz em um processo

cultural e tecnológico. Para ele, a convergência é uma circulação de conteúdos em diversos suportes midiáticos, cooperação de mercados e “[...] comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam” (JENKINS, 2009, p. 29).

Contudo, salienta-se que não é só em busca de entretenimento que o novo público se move. É também na procura por seu espaço, como o que ocorreu nas manifestações de junho pelo país, o qual se analisa adiante a partir da análise dos cartazes elaborados pelos manifestantes.

A partir deste olhar, observa-se que o comportamento dos consumidores digitais são modificados pelo tempo e espaço, já que os ritmos das esferas online/virtual e real são distintos. Salienta-se que “o espaço e o tempo são categorias básicas da existência humana” (HARVEY, 2012, p. 187) e por este motivo David Harvey (2012) continua sua linha de pensamento, ao esclarecer que se torna difícil atribuir significados objetivos para estas categorias, pelo fato de que eles são variáveis de acordo com as concepções e percepções humanas. Ambos os conceitos foram naturalizados pela sociedade, sendo que muitas vezes eles remetem ao espaço físico e ao tempo do relógio.

Entretanto, o modo como iremos conceituar estas categorias influenciará nossas interpretações e ações em relação ao mundo em que vivemos. Os mais diversos cenários públicos, como o político, o econômico, o social e o cultural, provocam a reorganização das dimensões de tempo, espaço e território.

Com a desterritorialização, provocada pelo surgimento do mundo virtual e da internet, reduzem-se as distâncias nas relações humanas que se tornam cada vez mais fluidas e fragmentadas, não se fixando em um lugar específico no espaço e tempo. Entretanto, o que se nota atualmente é uma ressignificação do que se entende por território, pois há um novo bios em formação pelas tecnologias.

Pierre Levy (1999) considera esses processos de desterritorialização uma consequência do virtual, já que para ele: “É virtual toda entidade “desterritorializada”, capaz de gerar diversas manifestações concretas em diferentes momentos e locais determinados, sem contudo estar ela mesma presa a um lugar ou tempo em particular” (LEVY, 1999, p.49). Neste sentido, o autor destaca que o ciberespaço favorece relações sociais que independem de lugares geográficos definidos (teleconferências) e de tempos estabelecidos, (comunicação assíncrona em redes sociais digitais).

Já Giddens (1991, p.25) situa a sua reflexão sobre a modernidade ao dizer que com o seu dinamismo, ocorre uma separação e ao mesmo tempo um “zoneamento” do tempo e do espaço que provoca um “desencaixe” dos sistemas sociais. Assim, há um deslocamento e reestruturação das interações locais sociais por meio de extensões indefinidas de tempo-espaço. Contudo, ele não chega a aplicar a sua reflexão aos meios de comunicação.

Neste trabalho entende-se o território como um espaço marcado pela presença do humano que exerce neste lugar um poder simbólico sobre os demais. Quando assim o faz, o território se territorializa, mas quando esta relação é cessada, ocorre o que definimos como desterritorialização. Por isso, defende-se que hoje há um processo de ressignificação do território, já que no caso deste objeto de estudo, as redes sociais digitais, o poder pode ser exercido, mas sob diferentes lógicas, como observa-se nas manifestações.

Todos estes fenômenos ocorrem no que conceitua-se como espaço público, que atualmente apresenta-se em processo de midiatização. O conceito está entrelaçado com a questão de espaço, tempo e território, e pode ser entendido na sua pluralidade, pois a formação da opinião passa por várias instâncias de debate. Assim, para Esteves (1998) a esfera pública:

[...] trata-se de um espaço que não é propriamente físico ou territorial, mas um espaço simbólico de reunião de diferentes públicos (do qual, porém, os espaços físicos propriamente ditos não se encontram excluídos), ou seja, é um espaço que projeta a simbolicidade própria desses mesmos públicos (ou dos públicos em geral) a uma escala superior (ESTEVES, 1998, p.166).

Nota-se que o espaço público é fragmentado pela atuação dos cidadãos, onde se é possível debater e articular forças, poderes e interesses. Para Fausto Neto (1999, p. 14) o espaço público é um âmbito no qual há uma estruturação de simbólicas em rede: “[...] que tomam formatos a partir de diferentes rituais e procedimentos mobilizados pelas competências das instituições nos âmbitos do poder, do saber e do fazer”.

Após estas reflexões, abordam-se, mais incisivamente no próximo capítulo, as manifestações midiáticas ocorridas pelo país. Trabalha-se também com os meios de comunicação e sua relação com o campo religioso, para contextualizar o trabalho

empírico que diz respeito aos sentidos dados pelos manifestantes, com relação ao projeto conhecido como cura gay.

2) A Mídia e o Campo Religioso: As Manifestações no Espaço Digital

As redes sociais digitais, como no caso do Facebook, mostram-se não só como um espaço de interação entre usuários, mas plataformas estratégicas de contato e disseminação de conteúdo. O discurso duplica o seu alcance mediante interações entre os usuários, facilitando a troca de informações entre produtores de conteúdos.

Para ilustrar a atividade dos usuários em rede, o centro de pesquisa IBOPE realizou no ano de 2012⁴, uma pesquisa que mostra que: 29% dos consumidores de televisão e internet utilizam ambos dispositivos em simultâneo, fazendo comentários sobre os programas, sobretudo nas redes sociais digitais. Mas ressalta-se que não são somente os consumidores que estão atentos na web. Jornalistas, no período das manifestações, acompanharam a movimentação das ruas na sala de redação ou na comodidade da sua casa, pela internet. Tal comportamento se deve a vários fatores, como a hostilidade dos manifestantes com relação à mídia tradicional, a facilidade de informação que é acrescida da rapidez da veiculação, além de se configurar no perfil multimídia do profissional e mudança na rotina jornalística.

Observa-se assim uma mudança estrutural de comportamento, tanto de emissores quanto receptores de informação, com a chegada das novas tecnologias. Essa mutação ocorre tanto na esfera pública quanto privada. O espaço público se divide em privado - de liberdades individuais - e público - de tomada de decisões pela sociedade organizada.

Com as manifestações nota-se uma hibridação destas esferas, que foi exemplificado por meio de uma frase que se tornou “meme” na Internet: “Saímos do Facebook”. Ou seja, o cidadão saiu do âmbito do privado para tomar o poder das ruas, no espaço público.

A partir desta discussão, surgem outros questionamentos como o perfil destes manifestantes, com relação as suas ambições. Para Tarde (2005), é a natureza do objetivo ou da fé, ideia ou objetivo, que diferencia os cidadãos, neste caso,

⁴Os dados podem ser acessados pelo link: <http://www.ibope.com.br/pt-br/relacionamento/imprensa/releases/Paginas/No-Brasil-43-dos-internautas-assistem-a-TV-enquanto-navegam.aspx>. Acesso em 03/10/2013.

manifestantes. Assim, pode-se falar tanto em multidão como em público: “[...] pois nos homens reunidos ou mesmo unidos a distância, tudo, pensamento ou desejo, é rapidamente levado ao extremo -, há multidões ou públicos apaixonados, despóticos” (TARDE, 2005, p. 32).

O público se classifica como um grupo homogêneo, ou seja, pessoas que possuem algo em comum e querem resolver ou discutir a questão que os une, engajando-se na problemática. Já multidão apresenta um distanciamento do pensamento crítico, pois são mais emocionais e instáveis. Tais conceitos diferenciam-se de massas, que são heterogêneas e não se conhecem, pois não atuam em conjunto. Salienta-se que o público emerge das multidões a partir de uma evolução do pensamento crítico.

Sobre as multidões manifestantes, Tarde (2005) comenta que: “Quer manifestem sua convicção, quer sua paixão amorosa ou odiosa, alegre ou triste, é sempre com o exagero que lhes é próprio”. Tal característica foi evidente nas manifestações de junho, em que o emocional, o desejo contido, tomou as ruas. Mas, em certos momentos, o público emerge com reivindicações legítimas e com uma organização de pensamento em meio a uma estrutura naturalmente desorganizada, mas que não deslegitima a sua força e poder.

A transformação de diversos grupos sociais presentes no espaço de manifestação, em públicos críticos, deve-se a uma necessidade humana de sociabilização, de exteriorização de opiniões, que acaba por possibilitar uma troca de informações, seja em rede como na rua.

Desta forma, com as manifestações, observou-se uma instabilidade comportamental dos manifestantes, que iam do espaço público para o privado (e vice versa) e da configuração de público para o de multidão (e vice versa). Tal aspecto foi a todo o momento televisionado e comentado pelos jornalistas.

Assim, a mídia ocupou papel central na constituição de uma opinião pública. Os processos de comunicação, como lembra Martín-Barbero (1995, p.1), não são somente fenômenos políticos, econômicos ou tecnológicos, mas “fenômenos de producción de identidad, de reconstituición de sujetos, de actores sociales”.

A atual sociedade é marcada pela secularização, ou seja, nota-se uma perda de legitimidade proveniente das grandes organizações/instituições que antes pautavam a vida social. Este processo foi bastante evidente nas manifestações, em que a contestação

das grandes instituições, como a religiosa, era frequente. Mas Stewart Hoover (2008) destaca que, apesar deste processo de deslegitimação, a religião ressurgiu como uma força global, regional e local, embora que cada vez mais individualizada.

A instância política também foi bastante criticada pelos manifestantes. Neste caso específico, a bancada evangélica no congresso foi lembrada em cartazes e em discursos que emergiram em primeiro lugar na rede para ir às ruas. Contudo, o metadado #forafeliciano ou o próprio nome do deputado foi lembrado a todo o momento durante as manifestações, não só na cidade de Santa Maria – RS.

Marco Antônio Feliciano, nascido em 1972 na cidade de Orlândia, São Paulo, é deputado federal brasileiro eleito pelo Partido Social Cristão, PSC, além de pastor da Catedral do Avivamento, uma igreja ligada à Assembleia de Deus. Feliciano foi eleito em 2010 com 212 mil votos, sendo considerado o candidato evangélico com maior número de votos. Recentemente, em março de 2013, também foi eleito presidente da Comissão de Direitos Humanos e Minorias, CDHM, da Câmara dos Deputados do Brasil.

O pastor e líder evangélico é conhecido também por seu caráter polêmico. Após a entrada como presidente da CDHM surge a tona comentários de 2011, relativo à homofobia, na rede social Twitter. Suas declarações foram as seguintes: "A podridão dos sentimentos dos homoafetivos levam (*sic*) ao ódio, ao crime, à rejeição. Amamos os homossexuais, mas abominamos suas práticas promíscuas"⁵. A postagem tornou-se alvo de inquérito, aberto pelo procurador geral da República, Roberto Gurgel, no STF.

Marco Feliciano é ligado à Igreja Assembleia de Deus, de formação pentecostal. Tradicionalmente, a igreja pentecostal tinha como princípio evangelizador o “boca a boca”, não utilizando qualquer meio de comunicação para propagar a palavra de Deus. O contato pessoal dos fiéis e missionários poderia acontecer em uma parada de ônibus, em uma praça ou qualquer lugar que fosse conveniente, fazendo referência à frase “ide e multiplicai-vos”.

Com a eleição da Assembleia Nacional Constituinte, em 1986, os evangélicos decidiram se deslocar para o campo político, modificando assim a sua própria cultura que antes era dedicada somente a assuntos religiosos e espirituais. Assim, iniciou a

⁵ Declarações podem ser acessadas pelo link: <http://g1.globo.com/politica/noticia/2011/03/deputado-ve-podridao-em-gays-e-diz-que-africanos-sao-amaldicoados.html> Acesso em 03/10/2013.

trajetória política do grupo de pentecostais, que entre 1987 e 1990 eram 18 representantes de 32 políticos. Já de 2011 a 2015 são 44 pentecostais de 77 políticos. A célebre frase “ide e multiplicai-vos” também se aplica a política.

Dito isso, parte-se para a análise a seguir, no qual foram analisados quatro cartazes carregados por manifestantes. Dos tópicos observados durante as manifestações, os mais representativos sobre o assunto foram: Cura Gay, Feliciano, Amor/homossexualidade e Estado Laico/Política. No total, foram observados 30 cartazes com relação a essa temática, em sites como Tua Foto⁶, Trança Rua⁷ e Facool⁸.

Nesta etapa são analisados tanto os enunciados textuais quanto a imagem que compõe o cartaz, criando um sistema maior de significados e de integração com o texto que ali está imerso. Assim, como destaca Verón (2004, p.169), em uma análise de discurso: “[...] quando se trata de composições texto/imagens, a imagem nunca pode ser analisada em si mesma; ela não é separável dos elementos linguísticos que a acompanham, que a comentam”. Assim, procura-se reconhecer a tessitura das superfícies discursivas ali estabelecidas por marcas e operações.

3) Saímos Do Facebook: #FORAFELICIANO

A análise semiológica é intertextual, mas considera o contexto em que o receptor está inscrito. Mais do que isso: considera a existência de efeitos de sentidos múltiplos, já que um discurso ou o conjunto deles não se constitui em um objeto homogêneo, mas “um campo de efeitos de sentido” (VERÓN, 2004, p.216). Isso se deve, em grande parte, não ao que é dito e sim o modo como é dito “o sucesso (ou o fracasso) não passa pelo que é dito (o conteúdo), mas pelas modalidades de dizer o conteúdo” (VERÓN, 2004, p.219).

Assim, os quatro cartazes que exemplificam os tópicos mais abordados durante as manifestações em Santa Maria, RS, foram assim classificados por ordem de exposição: Feliciano, Cura Gay, Amor/homossexualidade e Estado Laico/Política. Analisa-se tais imagens de acordo com as categorias de Verón (2004), que são: Heterogeneidade Semântica – vários temas -, Homogeneidade Semântica – um tema central -, Informativo – anuncia um evento singular e possui operadores de identificação

⁶<http://www.tuafoto.com.br/>

⁷<https://www.facebook.com/TrancaRuaSM?fref=ts>

⁸<http://www.facool.com.br/>

do acontecimento -, e Não Informativo – de dois tipos: Não Factual –designa um fato como já conhecido do leitor, mas não o anuncia; e Factual – apresenta uma situação supostamente conhecida do leitor ao invés de um fato.

3.1) Marco Feliciano:



O nome de Feliciano foi o mais observado nos cartazes, com relação à temática, durante as manifestações em Santa Maria – RS. O uso de hashtags em conjunto com a frase foi bastante utilizada, demonstrando que houve uma transição das redes para as ruas. De modo depreciativo, o nome Feliciano também foi tratado como Felicianus ou Infelicianus. A imagem apresenta uma homogeneidade semântica informativa, já que anuncia uma questão específica que é a crítica ao deputado e o identifica ironicamente.

Na imagem a moça que se diz psicóloga rebate o que já tinha sido tido por Feliciano⁹, como: "Não existe cura gay, porque homossexualidade não é doença", diz. E continua: "Mas não podemos tolher o direito de um profissional, como um psicólogo, de estudar um assunto que ainda não se colocou nele um ponto final, ainda é uma incógnita, ainda é um fenômeno. E é isso que esse projeto de decreto legislativo prevê".

3.2) Cura gay

⁹ A declaração pode ser acessada pelo link: <http://www.estadao.com.br/noticias/nacional,feliciano-agora-diz-que-nao-existe-cura-gay,1047146,0.htm>. Acesso em 03/10/2013.



Nas ruas, bem como nas redes, não se observou um entendimento sobre o projeto em si, mas uma alusão a Feliciano em conjunto com a pauta cura gay. Não se falava muito no projeto, demonstrando certo desconhecimento do público com relação a quem foi o delator. O próprio Marco Feliciano, em vários momentos, ressaltou que o delator do projeto não era ele, mas sim João Campos – PSDB/GO – também da bancada evangélica.

Na imagem vemos uma mulher carregando um cartaz que mostra apoio ao amigo gay, que aparentemente não estava com ela no momento. A imagem apresenta uma homogeneidade semântica não informativa, pois apesar de tratar especificamente da cura gay, não há como identificar o tema explicitamente no cartaz. Além disso é factual, pois é da ordem da singularidade do fato que apresenta-se como já conhecido de quem o lê.

3.3) Amor/homossexualidade



Esta categoria também foi bem evidente nos cartazes da manifestação. Havia alguns relacionados somente a questão do amor e outros ligados aos tópicos acima. Durante a caminhada, muitos homossexuais carregaram cartazes se declarando gays e pedindo a saída de Feliciano da frente do CDHM. A imagem apresenta uma heterogeneidade semântica informativa, já que apresenta várias temáticas em um só cartaz e os anuncia com operadores de reconhecimento, como o nome do Feliciano.

Na imagem a menina segura um cartaz fazendo alusão sobre sua orientação sexual: “Atenção: Estou com HOMOSSEXUALIDADE. NÃO se aproxime, pois o Feliciano ainda ã disponibilizou o antibiotigay no SUS e esta doença pode ser CONTAGIOSA”. Nota-se que além da máscara que carrega no rosto (que diz respeito ao SUS e a Cura Gay, como uma ironia), ela brinca com a questão do antibiótico. Também traz apenas o nome do Feliciano como responsável pelo projeto, demonstrando que há um desconhecimento sobre o real autor.

3.4) Política/Estado Laico:



Outras frases de destaque abordaram o enlace entre política e religião. Mas, na maioria dos casos, utilizava-se a expressão cura gay para políticos, sendo que assim não se falou na bancada evangélica em nenhum cartaz observado durante a pesquisa. Também não houve menção a religião pentecostal, vinculação de Feliciano, mas uma crítica à religião como um todo.

Nesta imagem a menina segura o cartaz dentro da Câmara de Vereadores de Santa Maria, onde a manifestação teve parada. E, como em todas as instituições governamentais, o símbolo religioso está presente. A imagem apresenta uma heterogeneidade semântica não informativa de cunho factual, já que aborda diferentes

campos, como o religioso e o político, além de apresentar uma situação supostamente já conhecida do leitor e não um fato.

Assim, nota-se que a convergência é utilizada também com outros objetivos que não o entretenimento, destoando do que pensava Jenkins (2009, p.30): “Neste momento, estamos usando esse poder coletivo principalmente para fins recreativos, mas em breve estaremos aplicando essas habilidades a propósitos mais “sérios””. Este tempo chegou, mas não é um movimento tão novo assim, já que houve em outros países atividades semelhantes, como a “primavera árabe”, onda de manifestações e protestos no Oriente Médio e norte da África, iniciada em 2010.

Observou-se no Brasil um forte movimento das redes sociais digitais para as ruas. Tanto foi que muitas expressões do mundo digital como hashtags, arrobas, dentre outros elementos, em destaque para a expressão amplamente difundida “saímos do Facebook” foram incorporados nos cartazes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

Apesar do processo de secularização, consequência da pós-modernidade, a religião ainda mantém o seu espaço como articuladora de assuntos que envolvem a moral e os bons costumes. A mudança reside na contestação destes valores por parte de indivíduos que não se identificam com as grandes instituições, aqui inclusa a política. Entretanto, apesar da religião e política terem se tornado cada vez mais individualizadas, por escolhas pessoais personalizadas, as manifestações mostraram que o pensamento coletivo é uma grande ferramenta de poder e de debate público.

Mas em contraposição ao que argumenta Hoover (2008), a autoridade religiosa do líder evangélico midiático, Marco Feliciano, pautou a opinião pública de forma a se materializar em cartazes virtuais e impressos. Assim, apesar da organização religiosa estar fragmentada e descrente/deslegitimada, o líder religioso ainda tem poder de movimentar o mundo da fé e do sagrado.

De multidão para a criação de diversos públicos, da ordem do privado para a manifestação do público. Assim foi o fluxo que atravessou as redes para desembocar nas ruas. O território foi desterritorializado com as novas tecnologias, mas o exercício de poder, agora no espaço online, foi mantido e territorializado novamente nas ruas, quando os manifestantes tornaram-se a voz de uma geração multifacetada, fragmentada

e fluída. A chamada “primavera brasileira” floresceu de maneira distinta para cada indivíduo, na convergência em rede e atuação nas ruas.

REFERÊNCIAS:

- BORELLI, Viviane. **Mediatização, dispositivo e os novos contratos de leitura geral uma outra religião**. BOCC. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, 2010.
- ESTEVES, João Pissarra - **Sociologia da comunicação**. Lisboa: F. C. Gulbenkian, 1998.
- FAUSTO NETO, Antonio. **Contratos de leituras: Entre regulações e deslocamentos**. In: Diálogos Possíveis, Ano 6, n.2. Salvador: FSBA, 2007.
- _____. **Comunicação e Mídia Impressa: Estudo sobre a AIDS**. São Paulo: Hacker Editores, 1999.
- FERREIRA, Jairo. **O conceito de dispositivo: Explorando dimensões de análise**. Revista Escola de Comunicação Social, v.7, n°2, jul-dez, 2003
- GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Editora Unesp, 1991.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Editora Aleph, 2009.
- HARVEY, David. **Condição pós-moderna: Uma pesquisa sobre as Origens da Mudança Cultural**. 23° ed. São Paulo: Loyola, 2012.
- HOOVER, Stewart. **Media and Religion**. In: University of Colorado at Boulder, USA – Paper of the Center For Media, Religion and Culture, 2008.
- LEMOES, Andre. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2° ed. 2004.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Secularización, desencanto y reencantamiento massmediático**. In: Pre-Textos: Conversaciones sobre las comunicaciones y sus contextos. Cali, Programa Editorial Facultad de Artes Integradas, Universidad del Valle, 1995.
- SANTOS, Boaventura de Souza (org). **A Globalização e as Ciências Sociais**. 3° ed. São Paulo: Editora Cortez, 2005.
- SANTOS, Milton. **A Natureza do Espaço: Técnica e Tempo, Razão e Emoção**. 4. ed. 2. reimpr. - São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.
- TARDE, Gabriel. **A Opinião e as Massas**. 2° ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- VERÓN, Eliseo. **Mediatização, novos regimes de significação, novas práticas analíticas?** In: Mídia, Discurso e Sentido. FERREIRA, M. F.; SAMPAIO, A. O.; FAUSTO NETO, A.(orgs). Salvador: EDUFBA, 2012.
- VERÓN, Eliseo. **Fragments de um tecido**. Tradução Vanise Dresch. São Leopoldo: UNISINOS, 2004.