

## **Midiatização e Religiões Mediúnicas: Análise da Produção Audiovisual de um Youtuber Umbandista<sup>12</sup>**

Vania de Toledo Piza<sup>3</sup>  
Mauricio Ribeiro da Silva<sup>4</sup>

### **RESUMO**

A dimensão simbólica da religião em seu processo comunicacional se manifesta precipuamente no âmbito da mídia primária, isto é, nas “relações face a face, fortemente marcadas pela troca de gestos e sons” (MENEZES, 2004), dependente, portanto, da interação social fundada na presença corporal do adepto em seus cultos. Nesta perspectiva, tempo, espaço e corpo são elementos constituintes da prática religiosa. O fenômeno contemporâneo da midiatização (SODRÉ, 2006) aplicado ao âmbito da religião atravessa e altera tal dinâmica ao possibilitar a constituição de novos espaços e tempos fundado nas relações corporais virtuais, gerando novas formas de se relacionar com o sagrado. Tal dinâmica, também, evidencia que as religiões midiatizadas passam a perseguir a lógica de posicionamento de marca, condição favorável no panorama articulado ao mercado e de consumo (MIKLOS, 2016). Para além deste quadro, observamos que o processo de midiatização dos cultos ganhou especial destaque no Brasil alavancado pelas produções televisivas associadas tanto a grupos evangélicos neopentecostais quanto católicos – sobretudo os carismáticos –, uma vez que suas liturgias já se constituíam próprias ao conceito de transmissão para a massa, visto que o pastor ou padre figuram como emissores e os fiéis como receptores. Nestes casos, o televisor possibilita a ampliação do sinal emitido pelo religioso, atingindo populações distantes no espaço e não sincronizadas no tempo. Neste contexto, observamos que religiões fundadas nas relações corporais como as mediúnicas (Espiritismo, Umbanda e Candomblé são exemplos) resistiram ao processo de mediatização do culto, visto que na prática as relações de tais cultos se concretizam a partir do encontro dos corpos. Apesar deste quadro, observamos a partir da emergência de novas estruturas comunicacionais associadas ao conceito de comunicação em rede e a estrutura de plataformas de vídeo como *YouTube*, dadas suas características ajustadas ao contexto P2P (*person to person*), tem possibilitado processos de midiatização a tais religiões. A partir deste quadro, este trabalho tem como objetivo apresentar a análise do recente fenômeno dos *Youtubers* Umbandistas, buscando compreender como os conceitos associados à religião passam, no novo ambiente, a favorecer tanto a processos onde a presença corporal não se faz necessária quanto a estruturação de práticas de consumo, sejam de elementos simbólicos (cursos) quanto concretos (produtos). Serão analisados vídeos disponibilizados no *YouTube* pelo médium Pai Rodrigo Queiroz no período de janeiro a setembro de 2019, nos quais, além de tratar de temas próprios da cosmogonia umbandista, o autor apresenta indicações para consumo de produtos. O objetivo é compreender como se constitui o argumento e suas relações com o ideário da religião. Conclui-se que tais ações indicam processos, mesmo que insipientes, de midiatização da Umbanda, indicando a possibilidade de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 5 – Comunicação e Religiões do PENSACOM BRASIL 2019.

<sup>2</sup> O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

<sup>3</sup> Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP.

<sup>4</sup> Doutor em Comunicação e Semiótica. Professor do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP.

constituição de fenômeno semelhante em outras religiões mediúnicas. (?) Os fundamentos teóricos para a discussão se assentam nas contribuições de Muniz Sodré (mídiação), Malena Contrera, Jorge Miklos e Mauricio Ribeiro da Silva (religião, mídia e imaginário).

**PALAVRAS-CHAVE:** Mídiação; Consumo; *Youtuber*; Umbanda.

## 1. Introdução

A década de 1990, representa um marco para o mercado religioso, sobretudo com a evolução das igrejas neopentecostais que passaram a utilizar, de forma massiva, as estruturas midiáticas dando início ao processo de mídiação da religião. A presença religiosa na mídia deu-se, inicialmente, por meio do rádio. As técnicas de linguagem radiofônica, aliadas à experiência de pastores e padres no uso correto da voz, entonação e até por vezes, do silêncio, foram adotadas para persuadir os ouvintes religiosos, inicialmente das igrejas católicas e pentecostais, que pelo alto alcance do meio possibilitou a ampliação e intensificação de suas operações religiosas.

Em processo quase paralelo, essas igrejas obtiveram a concessão de canais televisivos, meio de alta penetração nos lares brasileiros. Seria este o início de um ambicioso, dominante e lucrativo fenômeno contemporâneo da mídiação do sagrado.

Pesquisa realizada em 2017 pelo Intervezes – Coletivo Brasil de Comunicação Social – em parceria com a Repórteres sem Fronteiras – Organização não-Governamental Internacional sobre o Monitoramento da Propriedade da Mídia no Brasil – MOM e que teve como objetivo mapear os veículos de maior audiência, bem como os grupos que os controlam, mostrou forte presença de igrejas evangélicas e católicas nos cinquenta veículos de comunicação de maior audiência e, conseqüentemente, maior potencial de influenciar a opinião pública no país:

... dos cinquenta veículos pesquisados, considerando os meios impressos, online, rádio e TV, nove são de propriedade de lideranças religiosas – todas cristãs - e, desses, cinco direcionam todo o seu conteúdo para a defesa dos valores de sua religiosidade específica. Além disso, pelo menos outros seis veículos não são definidos como religiosos, mas apresentam conteúdo de denominações religiosas em suas páginas ou grades de programação.



A análise dos dados estudados, além de demonstrar a concentração de lideranças religiosas evangélicas e católicas na mídia, apresentou a expansão de negócios neste e em outros setores explorados por essas religiões:

As igrejas e lideranças religiosas cristãs não só estão presentes como proprietárias nos veículos de maior audiência no Brasil, como começam a formar seus próprios conglomerados de mídia, a partir da articulação de diferentes tipos de veículos e da concentração da audiência (a chamada propriedade horizontal dos meios de comunicação) e do investimento em outros negócios em mídia (propriedade cruzada). Além disso, elas se fazem presentes em outros veículos comerciais de grande circulação por meio da prática de arrendamento.

A pesquisa cita um estudo desenvolvido para a Agência Nacional de Cinema, realizado em 2016, que mensurou o fenômeno do monopólio cristão na mídia, que ocupava, naquela data, 21% do total da programação de canais abertos do país:

Classificar uma mídia como laica não significa dizer que a religiosidade não esteja presente. Estudo realizado pela Agência Nacional de Cinema (Ancine), em 2016, mostra que a programação religiosa é o principal gênero transmitido pelas redes de TV aberta do país, ocupando 21% do total de programação. A campeã é a Rede TV! que teve 43,41% do seu tempo destinado a programas religiosos. Em seguida, vieram a Record TV, com 21,75%, a Band, com 16,4%, a TV Brasil, com 1,66%, e a Globo, com 0,58%. Das seis redes comerciais de TV aberta listadas na pesquisa, a única exceção é o SBT.

Os dados evidenciam, sob a ótica da concorrência, significativa penetração de mercado por parte das religiões midiáticas que, de acordo com Jorge Miklos, passaram a perseguir a lógica de posicionamento de marca, condição favorável no panorama articulado ao mercado e de consumo (MIKLOS, 2016).

Ao expandir a sua atuação para meios de comunicação de maior alcance, as igrejas passaram a utilizar canais de mídia terciária, caracterizada por ampla abrangência no seu processo comunicativo. Para Menezes, há implicações positivas e negativas neste processo:

Processos comunicativos são construções de vínculos que agregam ou segregam indivíduos. Agregar no sentido da interação entre indivíduos vinculados sob o termo “nós” e segregar no sentido de que a constituição do “nós” implica na observação de outros grupos denominados “outros”, os que “estão fora”. (MENEZES, 2004)

Sob esse conceito de agregação e segregação, aplicado ao contexto religioso no que tange à utilização de canais de mídia terciária como estratégia de culto, deve-se considerar, por parte de algumas igrejas, principalmente as neopentecostais, e dessas, a Igreja Universal do Reino de Deus, a relação do uso de televisão de forma a acentuar o proselitismo religioso. Segundo Santos, em seus cultos, a Universal prega o anticatolicismo e o antiecumenismo, sobretudo quando exorciza demônios supostamente associados às entidades de religiões espíritas e afro-brasileiras. Assim, mostra-se como um canal de cura dos males que esses espíritos podem trazer e tenta afastar os seguidores dessas religiões e trazê-los para os seus templos.

Neste cenário, a midiatização dos cultos ganhou especial destaque, alavancada pelas produções televisivas associadas tanto a grupos evangélicos neopentecostais quanto católicos – sobretudo os carismáticos –, uma vez que suas liturgias já se constituíam próprias ao conceito de transmissão para a massa, visto que o pastor ou padre figuram como emissores e os fiéis como receptores. Nestes casos, o televisionamento possibilita a ampliação do sinal emitido pelo religioso, atingindo populações distantes no espaço e não sincronizadas no tempo.

Malena Contrera, ao tratar sobre os rituais midiáticos, afirma que com a perda da presença, perde-se o ritual, e o que temos é a transformação do ritual em espetáculo:

Por meio do ritual, pode-se participar da criação do mundo, no entanto, por meio do espetáculo, só é possível consumir um mundo que alguém está vendendo. E o que a mídia está vendendo são pálidas releituras do encantamento perdido. Perde-se o caráter gregário e vinculador do ritual, perde-se a possibilidade de transcendência que ele abriga, e em seu lugar entram os espetáculos e os rituais de consumo e autoconsumo da vida cotidiana, dentre os quais os da mídia. CONTRERA (2005)

Baitello Jr, sobre a expansão do religioso em suas diferentes formas de se comunicar, trata da condição espaço e tempo, sob a ótica tangencial do fenômeno e elucida essa transformação:

Comunicar significa criar um espaço/tempo comum e colocar-se dentro dele. O espaço comum se constrói com a somatória dos espaços individuais, assim também como o tempo comum. Se não temos espaço, se somos apenas o retrato, a imagem de um espaço, não será possível senão uma aproximação tangencial, um contato entre superfícies, sem aprofundamentos. BAITELLO JR (2005, p. 77)

Na perspectiva de que tempo, espaço e corpo são elementos constituintes da prática religiosa, o fenômeno contemporâneo da midiaticização (SODRÉ, 2006) aplicado ao âmbito da religião atravessa e altera tal dinâmica ao possibilitar a constituição de novos espaços e tempos fundado nas relações corporais virtuais, gerando novas formas de se relacionar com o sagrado.

Para Sodré, é indiscutível a evidência de que tempo real e espaço virtual operam midiaticamente o redimensionamento da relação espaço-tempo clássica. (SODRÉ, 2002)

Em palestra organizada pela revista Pesquisa Fapesp, para a exposição Revolução Genômica em São Paulo, 2008, Muniz Sodré discorreu sobre temas da vida virtual dos indivíduos que leva à telemorfose integral da sociedade. Para Sodré, a experiência do viver se altera em função do deslocamento para o virtual e não há neutralidade do indivíduo. O real passa a ser o virtual que, por sua vez, é uma representação do real, sem espaço, sem tempo, sem corpo:

Se retirarmos daquilo que chamamos de real o espaço e o tempo, temos o virtual, que é o real menos o espaço e o tempo. Uma telemorfose integral da sociedade, portanto, não deve ser compreendida como um efeito específico de programação de televisão, mas é um evento da midiaticização, da articulação exponencial, das tradicionais instituições sociais, com o conjunto da tecnologia da informação a reboque do mercado. Mas, nas condições civilizatórias em que vivemos (urbanização intensiva, relações socio mercadológicas), onde há um predomínio do valor da troca capitalista, estamos imersos nessa virtualidade midiática e isso nos dá uma forma de vida vicária, que quer substituir Deus. Ou seja, tem-se uma forma de vida substitutiva, paralela, virtual, alterada. Vivemos uma vida alterada pela intensificação da tecnologia audiovisual conjugada ao mercado e é isso que faz do bios midiático a indistinção entre tele e realidade no sentido tradicional. Na virtualização é possível, em determinadas circunstâncias, substituir a vida nua e crua. A realidade de hoje se constitui sob a égide da integralidade espetacularizada ou sob essa realidade imagística a que o real aspira e o real quer. Portanto, trata-se de uma inflexão exacerbada do imaginário, que como Deleuze disse, não é o irreal, mas a indiscernibilidade entre o real e o irreal. A isso chamamos de bios midiático, onde o contato é

mais do que simplesmente visual, é tátil como interação dos sentidos, a partir de imagens de simulação do mundo.”

Neste contexto, observamos que religiões fundadas nas relações corporais como as mediúnicas (Espiritismo, Umbanda e Candomblé são exemplos) resistiram ao processo de mediatização do culto, visto que na prática as relações de tais cultos se concretizam a partir do encontro dos corpos.

## **2. Da Mídia Primária à Mídia Terciária – Processos Comunicacionais no Contexto da Midiatização da Religião**

A estrutura do culto cristão, associado a um pastor ou padre responsável pela preleção, é adequada ao processo de transmissão de massa, por estar relacionada à ampliação do sinal e redução do esforço relativo do emissor para alcançar mais pessoas (cf. PROSS). Assim, o culto, ao ser transmitido pela televisão, potencializa a distribuição da mensagem do pastor/padre, alcançando maior número de pessoas devido à passagem da relação de mídia primária para mídia terciária.

Na mídia terciária, todos falam, todos ouvem. Ela permite velocidade e produtividade da transmissão. A técnica acelera o processo. A imagem técnica não reflete o concreto, ela projeta o concreto. Ela é um produto midiático cuidadosamente construído. (KLEIN, 2007) É concreto porque é imaginário. Assim, a benção de determinada missa gravada e apresentada várias vezes, a cada vez que a missa é televisionada, não importa se ao vivo ou gravada, ela se torna concreta. O que a concretiza é a crença em um processo de abstração. Neste sentido, o motor do processo de comunicação não é a mídia, é o vínculo. O vínculo independe da concretude do objeto. O afeto é o formador do vínculo. Como se constitui o afeto sob o ponto de vista da Comunicação? A história de vida potencializa, ou não, o afeto, sensibiliza o indivíduo, positiva ou negativamente. O consumo, de qualquer natureza, é fundado em imagem técnica. No que tange à viralização, não se trata de um processo técnico, mas sim, de uma forma de comunicação humana. No processo de midiatização “os dons da divindade foram assumidos pela técnica. Está em todos os lugares, em qualquer tempo: é onipresente, onipotente e onisciente.” (MIKLOS, 2013), atingindo populações distantes no espaço/lugar, não sincronizadas no tempo.

E o corpo? Pross aponta que o corpo é constituído de experiências que levam ao pré-predicativo que pré-qualifica todo o processo comunicativo. A experiência pré-predicativa é o motor que leva à comunicação. O pré-predicativo é o elo entre o corpo e a comunicação. A experiência pré-predicativa nada mais é do que o sentido que cada um dá à informação. Quem recebe é quem determina o teor da mensagem porque já tem uma ideia pré-concebida. Tem que haver pré-disposição para a aceitação, ou não, da mensagem. Estamos aqui tratando do campo emocional. Nada é racional. Assim, o jogo do afeto ocorre na fase pré-predicativa. O afeto trata do que essencialmente a comunicação, no seu processo, afeta.

A partir desta dinâmica, a estrutura de culto cristão associa-se fortemente ao contexto de mediação conforme apresentado por Muniz Sodré. A missa ou o culto televisionado, permeado pelo campo emocional de afetos e vínculos é produzido e consumido como um espetáculo religioso.

Religiões mediúnicas, dentre elas mais especificamente a Umbanda, nas quais a relação de culto se constitui essencialmente em mídia primária, da comunicação corpo a corpo, não possuem ritual no qual ocorram preleções, uma vez que a mensagem ao fiel é personalizada, associada, portanto, a um contexto pessoa a pessoa. Tal cenário passa a se alterar na medida em que os processos midiáticos baseados em mídia terciária se desenvolvem no sentido de uma comunicação em rede, muito presente na dinâmica da internet. Nesta composição, plataformas como *Youtube* - de circulação de conteúdos culturais, informativos e científicos - *streaming* de vídeos - passam, como em outros setores da sociedade, a propor contextos comunicacionais associados à lógica multidirecional (diversos emissores e receptores, atuando associativamente em rede). Nesta perspectiva, vemos emergir um novo fenômeno, que denominamos *Youtubers Umbandistas*.

A partir deste cenário, este artigo tem como objetivo apresentar a análise do recente fenômeno dos *Youtubers Umbandistas*, buscando compreender como os conceitos associados à religião passam, no novo ambiente, a favorecer tanto a processos onde a presença corporal não se faz necessária, quanto a estruturação de práticas de consumo, sejam de elementos simbólicos (cursos) ou concretos (produtos).

Pai Rodrigo Queiroz é um dos expoentes da Umbanda no cenário midiático. Fundou há treze anos uma plataforma digital sobre estudos da Umbanda - Umbanda EAD - que conta com 64,1 mil inscritos. Em um de seus canais digitais, Pai Rodrigo Queiroz é apresentado como Presidente e Sacerdote do Instituto Cultural Aruanda, Diretor Fundador da Umbanda EAD, Filósofo e autor de livros sobre a Umbanda. Ele se comunica de forma intensa no meio digital, em diferentes plataformas que abrangem desde a divulgação, informação e entrega de conteúdo sobre a religião, por meio *lives* no *Youtube* até a oferta e comercialização de cursos EAD sobre a Umbanda, audiolivros e livros de sua autoria e de outros autores, bem como produtos religiosos, alguns com o registro de sua marca – Umbanda EAD – que podem ser adquiridos em sua loja virtual, conforme costuma divulgar.

Pai Rodrigo Queiroz está presente em plataformas digitais, redes sociais e comércio eletrônico:

- Plataforma Umbanda EAD – Ensino a distância que oferece dezenove cursos on-line, cinco séries apresentadas sob a assinatura da Umbandologia e dezesseis audiolivros sobre a Umbanda.
- Blog Umbanda EAD – meio de comunicação oficial da plataforma de ensino a distância Umbanda EAD.
- Redes sociais *YouTube* – em *lives* semanais – *Facebook* e *Instagram*.
- Loja Virtual Terra Mystica - apresentada como uma “Livraria e Artigos de Fé. Incensos, ervas, defumações, banhos, estátuas etc. Conta com o seguinte *slogan*:  
Sua melhor experiência de compra com a maior qualidade!



### **3. Análise da Estrutura Narrativa dos Vídeos de um *Youtuber* Umbandista - Argumentos, Relações com o Ideário da Religião e a Oferta de Produtos**

Para esta análise foram selecionados três vídeos de Pai Rodrigo Queiroz disponíveis no *YouTube*, originalmente transmitidos ao vivo (*live* do *YouTube*). Pretende-se apresentar a estrutura narrativa dos vídeos e as estratégias adotadas sob a ótica da midiaticização do sagrado. Esta análise não tem a intenção de avaliar o conteúdo religioso da narrativa.



Em suas *lives*, também transmitidas no Facebook, Pai Rodrigo Queiroz costuma se apresentar em uma sala que tem, ao fundo do cenário, alguns quadros. Dentre eles há dois com capas de livros: “Caridade: Amor e Perversão de Rodrigo Queiroz e Alexandre Cumino e “O Poder da Umbanda” de Rodrigo Queiroz. Percebe-se que à sua frente há duas telas de computadores consultadas constantemente durante a *live*, supostamente para acompanhamento dos comentários e interação com os internautas (perguntas e respostas), para o acompanhamento dos resultados da métrica da internet, às vezes mencionados verbalmente, e para o acompanhamento do conteúdo pré-estabelecido para o roteiro do vídeo. Em algumas oportunidades ele solicita ao internauta o *click* para o incremento da aferição da relevância do vídeo.

Vídeo 1 - Ao Vivo Extraordinário Perguntas e Respostas Ed. 81 com Pai Rodrigo Queiroz  
2.604 visualizações. Transmitido ao vivo em 30 de ago. de 2019 - 367 curtidas positivas e 2 negativas

Na tela, no início do vídeo, é apresentado um texto, em *looping*, com a leitura em áudio de Pai Rodrigo Queiroz, acompanhado de imagens de um terreiro em atividade. Ele próprio é um dos médiuns apresentados nas imagens. Há uma suave trilha sonora ao fundo. O texto refere-se ao curso Mediunidade na Umbanda que, ao ser mencionado, são apresentadas imagens de telas do curso EAD. O logotipo da Umbanda EAD aparece todo o tempo, no canto superior esquerdo da tela:

Vou precisar desconstruir com você alguns mitos, quebrar alguns dogmas. 16 aulas para tratar deste assunto que é a Mediunidade na Umbanda.UM – Mediunidade na Umbanda com Rodrigo Queiroz – 100% online. Ansiedade, as dúvidas que não têm fim... A insônia de ficar pensando nesse momento novo da sua vida. Que é de repente desenvolver a mediunidade. Que é descobrir-se médium. Vivenciar essa experiência que é ter sua mente sobreposta por outra. Dúvidas que não tem fim. Perguntas que não querem calar. Um novo olhar para a mediunidade. É um conhecimento particular da mediunidade para o ambiente de terreiro. (2’50”)

No início do vídeo, a *live* é apresentada como extraordinária, espontânea, repentina e, na sequência, há uma explicação do que vai ocorrer, o processo entidade/médium/consulente e a referência de “tentar fazer funcionar melhor” este processo:

(2’51”) Saravá, Umbanda, muito bom dia, Axé, Mojubá. Estamos iniciando mais um ao vivo extraordinário, espontâneo, repentino aqui na Umbanda EAD, edição 81, com uma proposta livre de responder os questionamentos gerais que você pode lançar, com *delay* para daí a Júlia ver, ela me falar e eu tentar responder, como acontece com a mediunidade né? A entidade pensa, ela fala, o

médium processa e fala diferente. A gente vai tentar fazer isso aqui funcionar melhor. (3'29'')

Na sequência, é solicitado ao internauta a sua colaboração para aumentar a relevância do vídeo e sua legitimidade, por meio de curtidas:

(3'29'') ah... o objetivo principalmente é dizer que estamos ao vivo no *YouTube* e no *Facebook* simultaneamente então se você está no *Facebook* não deixe de curtir, comentar e marcar a galerinha, você que está no *YouTube*, assine o canal, ative o sininho dê joinha, uma salva de joinha, de 5 em 5 minutos, e a gente agradece bastante. Por que a gente pede isso? Porque o robô no *Google*, em cima desse joinha, ele entende a relevância e avalia a relevância do que a gente está fazendo aqui e aí entrega melhor para quem não está assistindo agora por exemplo, né? É que para quem não conseguiu chegar essa mensagem e você colabora dessa maneira. (4'26'')

Em seguida, menciona que a principal pauta do vídeo é sobre um novo curso que virá, *Umbanda no Lar – Práticas Domésticas* que, por meio eletrônico, ele próprio fez uma enquete sobre a possível aceitação do tema. Ressalta que há pessoas que têm certa temeridade de que haja a possibilidade de banalização do sagrado, do ritual:

(4'27'') A pauta principal aqui é a respeito de um novo curso que vai vim (sic) que é *Umbanda no Lar – Práticas Domésticas*, e... Há um mês, eu pessoalmente escrevi e-mail para a nossa lista, para a nossa base de e-mails aqui do *Umbanda EAD*, nossa comunidade, falando sobre essa proposta o que entendiam sobre isso e o que gostariam dentro dessa possibilidade de estudo e há muitas devolutivas do tipo uau! Que maravilha! Eu queria muito isso e estava esperando por isso, tudo bem. Agora, acontecem também algumas devolutivas, tem menos, mas existem, de uma temeridade e há quem tenha muito medo de ensinar as coisas e acredita que com isso vai banalizar o sagrado, o ritual. (5'30'')

Segue em defesa da narrativa de ressignificação da religião. Defende que o conhecimento empodera o umbandista e, se isso ocorrer, o sagrado pode ser acessado em qualquer tempo e em qualquer espaço, portanto fora do terreiro e de seus rituais:

(9'37'') O processo de libertação, de renovação, de decisão de ressignificação da religião no seu dia-a-dia é justamente a meu ver o processo de entendimento do conhecimento, isso é empoderamento que a gente tanto fala aqui na *Umbanda EAD* e você ter a serenidade, a paz e a tranquilidade de saber que não há que dissociar o sagrado de você o tempo todo, ou seja, só quando eu vou ao terreiro é que eu acesso o sagrado, que aquele sagrado não pode estar no meu lar, por que é tão complicado, há tanto medo, há tanto discurso confuso que nessa confusão eu prefiro me ausentar do perigo do risco da dúvida. (10'38'')

Após oito minutos na defesa de sua orientação sobre rituais a serem feitos em casa, fora do terreiro, em função da necessidade do umbandista deixar de ser vulnerável sobre essas questões e ter mais autonomia e, amparado pela prática do Evangelho no Lar pelos

espíritas, entra uma voz ao fundo, de sua assistente, trazendo uma pergunta que está sendo feita nos comentários acompanhados ao vivo pelos demais internautas e que vai de encontro à narrativa até aqui apresentada: “Então a gente não precisa de Pai de Santo? ”. Ele responde em tom incisivo com argumentos que, de certa forma, banalizam o ritual, afirmando que este é passível de ser decorado. Questiona no final: “Qual é o papel do sacerdote? Vamos pensar sobre isso, mas encerra o confronto, sem dar resposta ao próprio questionamento, abrindo para outras perguntas:

(18’46”) A Denise falou então que a gente não precisa do Pai de Santo. Essa é uma completa distorção do que eu estou falando né, então o católico não precisa de padre, não é? O budista não precisa do seu líder, como é que é? O judeu não precisa do seu rabino, estou falando em entender ou simplesmente distorcer, então quer dizer que o papel do Pai de Santo é o que? Defumar? Acender velinha? Ritualizar, é esse o papel do Pai de Santo. Então está tudo errado aqui. O que a gente está falando, o que a gente está fazendo nessa porra (sic) toda? Qual é o papel do sacerdote? Precisa entender. O sacerdote é o que? Ele é alguém que fica fazendo ritual ou ele é um líder espiritual? Porque o ritual tem um chamado. Se você vai a um terreiro falar para qualquer médium da corrente para abrir a gira, eles vão saber fazer. Então não precisa de mim. Vão saber fazer. Pode ter aquela insegurança repentina, mas vão saber fazer porque vê fazer aquele negócio toda vez porque, se não decorou, daí eu vou ficar bravo, então para fazer o ritual não precisa do Pai de Santo! Qual é o papel do sacerdote? Vamos pensar sobre isso. Vamos lá? Tem mais alguém? Vamos já abrir para perguntas... (20’31”)

Vídeo 2 - Umbanda 111 Anos - Ao Vivo Ed.92 - Umbanda EAD - Rodrigo Queiroz  
2.006 visualizações. Transmitido ao vivo em 14 de nov. de 2019 - 364 curtidas positivas e 4 negativas

Neste vídeo, em comemoração aos 111 anos da Umbanda, Pai Rodrigo Queiroz oferece a inscrição gratuita no curso “História da Umbanda” com Alexandre Cumino na Plataforma Umbanda EAD e sorteia três livros de Alexandre Cumino, “História da Umbanda” e, durante a apresentação decide sortear três livros de sua autoria, autografados, “O Poder da Umbanda”.

No início, como em todas as *lives*, é solicitado aos internautas curtidas e compartilhamentos do vídeo. Aos dois minutos e quarenta e seis segundos, lança a pergunta “Se não existisse a Umbanda, qual seria a sua religião” e diz que vai respondê-la mais adiante. Em seguida, solicita aos internautas que enviem, nos comentários, qual é o tempo em que estão na religião. Com essas duas informações, inicia a narrativa sobre a história da religião.

**PENSACOM BRASIL – São Paulo, SP – 09 e 10 de dezembro de 2019**

---

Ao tratar sobre o tema da caridade na religião destaca a diferença entre aquele que vive a religião pelo desejo de realização pessoal e aquele que se engaja como alguém ativo e colaborativo. Segue observando na tela a dinâmica na internet – comentários, perguntas, número de internautas em cada plataforma – e interrompe para responder à pergunta de um internauta de como adquirir o livro retornando para a divulgação de sua loja. Por fim, volta ao tema dos 111 anos da Umbanda, abandonando a abordagem da caridade:

(23'09") ... me explica o que é fazer a caridade? Eu vou lá e incorporo? Então você não está fazendo a caridade. Quem faz é o guia, não é você. Então já começa a conversa por aqui, né. Como adquirir o livro? Na Loja da Umbanda EAD você consegue comprar. Se você não ganhar hoje pode comprar na Loja da Umbanda EAD, [terramystica.com.br](http://terramystica.com.br). Bom. E aí é assim. E o curso “História da Umbanda” está o link aqui nos comentários, gratuito no Umbanda EAD, está lá disponibilíssimo para você acessar. Depois de acabar o vídeo, imediatamente, você vai lá se cadastra e já “pum” (sic) aparece o curso no seu painel do aluno, né, é... então quem me acompanha aqui vai poder concorrer aos exemplares que nós vamos sortear aqui. Agora, ao falar de 111 anos de Umbanda eu quero trazer este processo histórico... (24'11")

No final do vídeo, permeando as respostas aos internautas, faz a divulgação de livros que podem ser comprados na sua loja virtual e curso da Umbanda EAD, ressaltando, para este último, que se paga uma mensalidade baixíssima:

(1h5'29") .... Bom, é o seguinte: [Umbandaead.com.br](http://Umbandaead.com.br), você tem acesso ao curso online gratuito- História da Umbanda com Alexandre Cumino ... os livros, História da Umbanda e Poder da Umbanda, você também encontra na Loja Umbanda EAD – [terramystica.com.br](http://terramystica.com.br) ... e ...

... e aí, quer saber mais sobre os nomes simbólicos, gente? Eu fiz um curso só sobre isso “Nomes das Entidades – Umbandologia. Na Confraria Umbandologia você paga uma mensalidade baixíssima para poder assistir a todos os meus cursos lá no seu tempo e lá tem o nome das entidades, é muito legal. Adorei fazer este curso... (1h7'48")

**Vídeo 3 - Perguntas e Respostas - AO VIVO Umbanda EAD - Rodrigo Queiroz**

3.342 visualizações. Transmitido ao vivo em 8 de ago. de 2019 - edição 76 - 526 curtidas positivas e 4 negativas

Esta data seria o prazo final para as inscrições no curso Teologia da Umbanda, na plataforma Umbanda EAD. Percebe-se o empenho no roteiro deste vídeo no sentido de incentivar a inscrição daqueles que estavam online, bem como a habitual exaltação dos canais de comercialização de produtos de sua marca. Há ainda um *teaser* lançado, relacionado a algumas palavras que ele deseja tecer e que deixará para o final do vídeo:

30" ... hoje edição 76 e... começou hoje, está aberta, no ambiente do aluno centenas e centenas de umbandistas espalhados por este planetinha que já estão conectados na primeira aula da Teologia da Umbanda – A Jornada, e hoje, às 23h, se encerrarão as matrículas e, se você ainda está aí pensando sobre se faz

algum sentido, ou não, sei lá, talvez você vá perder a chance... Quero dizer que tem sido muito especial todo esse período de ao vivo diário e a gente tem conseguido trocar, estabelecer uma conexão muito legal aqui, neste nosso canal, canal da Umbanda EAD e esse é um oferecimento, não é? da Plataforma EAD ,da Terra Mystica a loja da Umbanda EAD que possibilita que esse conteúdo esteja para você de forma gratuita de forma aberta e pública e que você possa ter a felicidade de refletir, aprender e estudar junto com a gente. Vamos lá já... depois eu quero tecer algumas palavras, mas eu quero chegar aqui esquentando com as suas dúvidas. (2'25")

Segue incentivando os internautas a colaborar para que haja incremento do número de participantes da “live” e, em tom descontraído, estende “à galera do WhatsApp, aos da rua, família, inimigos, empresa de evangélicos que trabalha” e alerta que os esclarecimentos por meio de perguntas serão pontuais:

(6'16") ... e é assim ó, já estamos aqui com 80 participantes e nosso objetivo é atingir 300 participantes do nosso ao vivo e você pode colaborar com a gente compartilhando para geral, mandando link, mandando para a galera do WhatsApp, da rua, da família, dos inimigos, da empresa de evangélicos que trabalha, pode ser... e vai ... (6'44")

Nos comentários da *live*, a “Umbanda EAD” segue ativa:



Umbanda EAD - Pessoal último dia para entrar na Teologia de Umbanda  
<https://teologiadeumbanda.com.br/>

Responde à pergunta de uma internauta do Japão: “*Como podemos aprender a ser pessoas mais humildes e controlar sentimentos ruins como a raiva?*” Ao responder, aborda o autoconhecimento, o reconhecimento da pessoa no mundo e, especialmente sobre a raiva, diz que a pessoa pode controlar gerindo bem as suas emoções e introduz: “*o treinamento Preto Velho, Mestre da Inteligência Emocional que eu desenvolvi, trabalha isso muito, mas a raiva tem uma virtude e olha...*” Daí desliza a cadeira e vai em busca de algo: “*vou falar mais, vou dar uma dica de ouro aqui para vocês*” e ainda procurando, “*porra (sic) toda vez que eu quero dar uma dica, vamos lá olha*”, mostra o livro *A virtude da Raiva*, de *Arun Ghandi*, “*o neto do Mahatma Ghandi, Arun Ghandi – A Virtude da Raiva, leia esse livro, Érica, leia esse livro você que está me assistindo você encontra na [terramystica.com.br](http://terramystica.com.br) com 20% de desconto. A Virtude da Raiva - e outras lições espirituais com o meu avô Mahatma Ghandi. É lindo. É lindo. Leia esse livro. Autoconhecimento é o que falta no mundo*”. (38'18")

Ao cumprir o que havia mencionado no início do vídeo sobre “tecer algumas palavras”, dispõe de aproximadamente onze minutos e adota narrativa de caráter questionador, auto reflexivo e intimidador relacionada ao comprometimento com a fé, com o conhecimento da religião e com o crescimento espiritual, argumentos chave para a introdução da oferta do curso Teologia da Umbanda. Por vezes abranda o tom, mas conclui com novos questionamentos. Chega a indagar se há pretensão da audiência ser, unicamente, umbandista do *YouTube*, umbandista do *Google*. Próximo ao do final do vídeo, oferece novamente o curso Teologia da Umbanda exaltando as suas características, benefícios e criando expectativas. Conclui com a máxima da estratégia mercadológica - sua satisfação garantida ou o seu dinheiro de volta:

(50:28) Agora eu peço a sua atenção, presta atenção, que eu vou fazer as minhas considerações. Olha só, aqui não aparece a contagem de quantas perguntas foram lançadas, então foram muitas, de muitas e muitas. Mais uma vez me confirma o quanto há entre nós pessoas que querem saber sobre a sua religião... Você é alguém que está comprometido com a sua fé, com o conhecimento da religião, com o seu crescimento espiritual? Porque se você está realmente comprometido com isso, hoje é o último dia para se matricular na Teologia. Tudo o que eu falei aqui você encontra a base, a base e o estudo de tudo isso com solidez, com base... E quem é você umbandista? Quem é você que tem tantas dúvidas e está buscando dúvidas, aonde? Tudo bem que agora eu criei um ambiente oportuno para isso, mas você vai ser o quê? Umbandista de *YouTube*? Você vai ser umbandista do *Google*?

... Então eu continuo sendo alguém que analisa a religião que pensa a religião somente baseada no meu próprio umbigo? Nas quatro paredes do terreiro que eu faço parte? Eu sou esse umbandista? É isso o que eu sou? Hein? É isso o que você é? Você não está querendo saber da teoria da religião além do terreiro, não pensa fora do terreiro? Você não vê a magnitude da sua religião que é muito mais do que um terreiro que você faz parte?

... Todas, todas, todas as dúvidas são legítimas. Tenho total respeito. Mas a minha preocupação, a minha preocupação, o meu pavor pessoal é se a sua compreensão fica limitada à minha resposta de trinta segundos...

... A Umbanda é muito mais do que o pensamento do seu terreiro. O seu terreiro é um fragmento da Umbanda. O meu terreiro é um fragmento da Umbanda e não é a Umbanda. E o grande barato de estudar online, do seu computador, do seu celular, do seu tablet, do que você quiser que conecte com a internet é assistir uma jornada de conhecimento, uma jornada de conhecimento de estudo, de temas, de muitos temas. O mais completo programa de estudos sobre a religião para o desenvolvimento de um pensamento umbandista de mundo, de vida e de religião. De mundo, de vida e de religião. Porque o pensamento umbandista do terreiro, não representa o pensamento umbandista. Olha só, para eu entender a minha individualidade, a particularidade do meu terreiro, eu preciso me comprometer para entender o macro da religião. Quando eu entendo o macro da religião e o que está por trás da formação da religião, por exemplo, que desenvolve essas múltiplas umbandas eu consigo olhar a outra umbanda

com respeito, gratidão e amor. Eu consigo olhar a outra umbanda, não a umbanda que eu pratico, eu consigo entender como ela se forma, qual é o valor dela, qual é a importância dela, qual o impacto dela social naquela comunidade. ...Então, fica aí o último convite para essa oportunidade de ser parte da vigésima turma da Teologia de Umbanda online, pela internet, com conteúdo semanal, é muito conteúdo. Tem coisas que a gente não revela. Tem coisas, tem muita coisa que é surpresa ao longo da jornada, então, eu não posso falar o que mais. Mais de cinquenta aulas, tem muito mais, né. É o mais completo, extraordinário, é... jornada de conhecimento da religião e, aí eu falo mais uma vez: quanto mais eu sei da religião, mais eu entendo de mim porque, se a religião me dá um sentido para a minha vida, eu preciso entender o porquê isso está acontecendo, porque eu me envolvo com a religião e ela me dá a resposta essencial. Eu preciso entender o que está por trás de uma percepção meramente emocional. Então, eu te convido a fazer parte disso comigo, com o Alexandre Cumino, com a nossa equipe, com a família Umbanda EAD e você ser mais um dos milhares de irmãos conectados com esse grande movimento que é a Umbanda EAD. A Umbanda EAD é um movimento dentro da religião, de desenvolvimento, comunicação e expansão do conhecimento, do saber e da verdade, além da nossa intimidade, além da nossa individualidade. Então, faça parte disso. Grandessíssimo abraço, axé, mojubá... Perguntaram aqui: Por que a Umbanda ainda não fez *live* falando especificamente sobre Ogã na Umbanda? Porque a gente vai falar disso aqui nos próximos dias, com Severino Sena. O Severino vai falar, o mestre Severino. Por quê? Porque está abrindo, já, já, uma nova turma pra Corimba e Canto no Umbanda EAD. Faz dois ou três anos que a gente não abre turma. Vai bombar. Tá bom? Um grande abraço a todos, muito obrigado, tá aí o link para você se matricular, faça parte disso e saia da inércia ou da exploração superficial da religião. Você tem a chance de fazer parte de algo que vai mudar a sua vida porque, se não mudar, eu devolvo o seu investimento. Se não fizer sentido eu devolvo o seu investimento. Eu já falei aqui, tá bom? Um grande abraço, valeu, axé. Até mais. (1:01:47)

A estratégia para reforçar a divulgação e oferta de produtos se mantém na área de comentários dos internautas durante a *live*:



Umbanda EAD Faltam 13h17m para encerrar as matrículas em Teologia de Umbanda!! <https://umbandaead.com.br/checkout/te...>



Umbanda EAD Teologia. Última Chance!  
Clique <https://umbandaead.com.br/checkout/te...>

#### 4. Estratégias Adotadas por um *Youtuber* Umbandista sob a Ótica da Miatização

Católicos e neopentecostais, em sua estrutura de culto, adotam a preleção nas liturgias e contam com o conhecimento da doutrina por parte dos fiéis. Religiões mediúnicas operam de forma diferente, a liturgia dá-se, sobretudo, na relação corpo a corpo – adepto/espírito – não há preleção, tampouco ensinamento doutrinário.

A midiáticação proporcionou às religiões, e em especial àquelas menos expressivas nos seus processos comunicacionais, como a Umbanda, uma abertura para se posicionar e divulgar os preceitos da religião. Esta parece ser a base de sustentação do *youtuber* umbandista aqui estudado.

Se a midiáticação da sociedade implica em um predomínio do valor da troca capitalista, imersa na virtualidade midiática, Jorge Miklos adverte que as religiões midiaticizadas passaram a perseguir a lógica de posicionamento de marca, condição favorável no panorama articulado ao mercado e de consumo, como aqui foi apresentado.

Partindo-se dessas premissas, os conteúdos dos vídeos extraídos do *YouTube* elucidam e reiteram o panorama da midiáticação sob a lógica da dinâmica virtual do relacionamento e do consumo, por meio da análise das estratégias adotadas pelo *Youtuber* umbandista Pai Rodrigo Queiroz sob a ótica da midiáticação de uma religião mediúnica, em função, além da divulgação da religião, do incremento da comercialização de produtos e serviços de sua marca ou de bens relacionados ao consumo do sagrado. As estratégias por ele adotadas são semelhantes às utilizadas pelo marketing para produtos de consumo: credibilidade e reconhecimento de marca, conceituação do produto por meio de características singulares e desejáveis, ênfase nos diferenciais e evidência de benefícios.

Vídeos para o *Youtube* devem seguir um roteiro de criação estabelecido para gerar a entrega de conteúdo relevante sobre o tema a ser tratado a determinado segmento-alvo da mensagem. É importante que se conheça os interesses deste segmento, bem como o seu padrão de consumo e comportamento para que se possa elaborar uma estrutura narrativa adequada e uma ordem de assuntos de forma a torná-los coerentes e atraentes, inclusive com o uso de palavras-chave e linguagem simplificada. Um roteiro eficaz apresenta na introdução uma promessa básica, evolui para a entrega dessa promessa e termina com o consenso das ideias voltadas ao objetivo central do tema, apresentadas em um tempo ideal. Este padrão é seguido por Pai Rodrigo Queiroz, como se pode demonstrar.

No início de cada vídeo, ele apresenta o tema com uma chamada de impacto:

“estamos iniciando mais um ao vivo extraordinário, espontâneo, repentino aqui na umbanda ead, edição 81...”



Solicita à audiência o incremento do vídeo por meio de curtidas:

“...e é assim ó, já estamos aqui com 80 participantes e nosso objetivo é atingir 300 participantes do nosso ao vivo e você pode colaborar com a gente compartilhando para o geral, mandando link, mandando para a galera do WhatsApp, da rua, da família...”

Os vídeos parecem ser direcionados ao segmento composto por umbandistas, uma vez que se refere com frequência aos cultos, rituais e comportamento da audiência frente à religião.

Para entregar produtos relevantes ao segmento-alvo, pesquisa a audiência:

“Há um mês, eu, pessoalmente, escrevi e-mail para a nossa lista, para a nossa base de e-mails aqui do Umbanda EAD, nossa comunidade, falando sobre essa proposta o que entendiam sobre isso e o que gostariam dentro dessa possibilidade de estudo...”

Se o motor do processo de comunicação é o vínculo e este é formado pelo afeto, por vezes, adota a estratégia de relacionamento na sua narrativa e, se possível, na sequência, divulga a sua marca:

“Quero dizer que tem sido muito especial todo esse período de ao vivo diário e a gente tem conseguido trocar, estabelecer uma conexão muito legal aqui, neste nosso canal, canal da Umbanda EAD e esse é um oferecimento, não é? da Plataforma EAD ,da Terra Mystica a loja da Umbanda EAD que possibilita que esse conteúdo esteja para você de forma gratuita de forma aberta e pública e que você possa ter a felicidade de refletir, aprender e estudar junto com a gente.”

A linguagem adotada é informal. O uso de questionamento na narrativa é um recurso amplamente utilizado:

“...você é alguém que está comprometido com a sua fé, com o conhecimento da religião, com o seu crescimento espiritual? ... E quem é você umbandista? Quem é você que tem tantas dúvidas e está buscando dúvidas, aonde? Tudo bem que agora eu criei um ambiente oportuno para isso, mas você vai ser o quê? Umbandista de *Youtube*? Você vai ser umbandista do *Google*?...Então eu continuo sendo alguém que analisa a religião que pensa a religião somente baseada no meu próprio umbigo? Nas quatro paredes do terreiro que eu faço parte? Eu sou esse umbandista? É isso o que eu sou? hein? É isso o que você é?”

Ao introduzir a oferta de produtos religiosos de sua marca ou comercializados por sua loja virtual, no decorrer da narrativa abranda o tom e utiliza elementos de persuasão como estratégia de conquista e convencimento, por meio de recursos lógicos e simbólicos:

“olha só, para eu entender a minha individualidade, a particularidade do meu terreiro, eu preciso me comprometer para entender o macro da religião. Quando

eu entendo o macro da religião e o que está por trás da formação da religião, por exemplo, que desenvolve essas múltiplas umbandas eu consigo olhar a outra umbanda com respeito e gratidão e amor”

Tecnicamente, quando os seus argumentos oferecem consistência à narrativa de natureza mercadológica, concretiza a oferta de produtos:

” ...A pauta principal aqui é a respeito de um novo curso que vai vim (sic) que é Umbanda no Lar – Práticas Domésticas...”

“...Como adquirir o livro? Na Loja da Umbanda EAD você consegue comprar. Se você não ganhar hoje pode comprar na Loja da Umbanda EAD, terramystca.com.br.”

“... 16 aulas para tratar deste assunto que é a mediunidade na Umbanda.UM – Mediunidade na Umbanda com Rodrigo Queiroz – 100% online.”

“...Então, eu te convido a fazer parte disso comigo, com o Alexandre Cumino, com a nossa equipe, com a família Umbanda EAD e você ser mais um dos milhares de irmãos conectados com esse grande movimento que é a Umbanda EAD. A Umbanda EAD é um movimento dentro da religião, de desenvolvimento, comunicação e expansão do conhecimento, do saber e da verdade, além da nossa intimidade, além da nossa individualidade. Então, faça parte disso.”

Estratégias mercadológicas adotadas por marcas de consumo e que dão credibilidade ao produto também são adotadas por Pai Rodrigo Queiroz:

“Você tem a chance de fazer parte de algo que vai mudar a sua vida porque, se não mudar, eu devolvo o seu investimento. Se não fizer sentido eu devolvo o seu investimento. Eu já falei aqui, tá bom?”

Dois trechos dos vídeos analisados sintetizam e comprovam a influência da midiaticização no ideário de uma religião mediúnica que (cf. Contrera) pode perder a transcendência que ela abriga, visto que, por meio do espetáculo midiático só se pode consumir um mundo que está sendo vendido. Neste caso, venda sem a identidade da religião – a relação corpo a corpo – sem tempo e sem espaço:

“O processo de libertação, de renovação, de decisão de ressignificação da religião no seu dia-a-dia é justamente a meu ver o processo de entendimento do conhecimento, isso é empoderamento que a gente tanto fala aqui na Umbanda EAD é você ter a serenidade, a paz e a tranquilidade de saber que não há que dissociar o sagrado de você o tempo todo, ou seja, só quando eu vou ao terreiro é que eu acesso o sagrado, que aquele sagrado não pode estar no meu lar, por que é tão complicado, há tanto medo, há tanto discurso confuso que nessa confusão eu prefiro me ausentar do perigo do risco da dúvida.” Pai Rodrigo Queiroz. – Vídeo 1

“...Você não vê a magnitude da sua religião que é muito mais do que um terreiro que você faz parte?...A Umbanda é muito mais do que o pensamento do seu terreiro. O seu terreiro é um fragmento da Umbanda. O meu terreiro é um fragmento da Umbanda e não é a Umbanda. E o grande barato de estudar online, do seu computador, do seu celular, do seu tablet, do que você quiser que

conecte com a internet é assistir a uma jornada de conhecimento, uma jornada de conhecimento, de estudo, de temas, de muitos temas. O mais completo programa de estudos sobre a religião para o desenvolvimento de um pensamento umbandista de mundo, de vida e de religião. De mundo, de vida e de religião. Porque o pensamento umbandista do terreiro, não representa o pensamento umbandista. ...Então, fica aí o último convite para essa oportunidade de ser parte da vigésima turma da Teologia de Umbanda online, pela internet, com conteúdo semanal, é muito conteúdo” ... Pai Rodrigo Queiroz. – Vídeo 3

## 5. Considerações Finais

A partir dos elementos apresentados, pode-se afirmar que a evolução das estratégias comunicacionais associadas ao desenvolvimento e disseminação da comunicação em rede no contexto sociocultural passou a possibilitar a midiatização de religiões cujas estruturas comunicacionais não se apresentavam a partir da noção de massa (i. e. fundada na concepção de um emissor para muitos receptores). A instauração da comunicação em rede digital possibilita, então, que estruturas comunicacionais associadas a religiões mediúnicas, sobretudo a Umbanda, onde os processos estão associados à noção pessoa/pessoa, passem a responder a outros campos religiosos. Em comum com as estratégias adotadas por religiões cristãs, está a associação do consumo como forma de vivência religiosa, indicando processos, mesmo que insipientes, de midiatização da Umbanda.

De todo modo, esta análise, de forma pontual, por se referir a um específico expoente da religião umbandista que em perspectiva atinge significativa representatividade, quer pelo conhecimento que apresenta sobre a religião, quer pela abrangência de produtos e serviços religiosos virtuais que disponibiliza em seu nome, permite concluir que o ambiente virtual da midiatização até então percebido como inadequado à dinâmica de se relacionar com o sagrado por religiões mediúnicas, mostra-se favorável, ainda que atravesse a dimensão simbólica da religião.

## Referências

- CONTRERA, Malena Segura. **Ontem, hoje e amanhã: sobre os rituais midiáticos**. Revista Famecos. Porto Alegre, Quadrimestral, n. 28, dezembro de 2005.
- INTERVOZES – Coletivo Brasil de Comunicação Social e Repórteres sem Fronteiras. **Pesquisa Monitoramento da Propriedade de Mídia no Brasil – MOM 2017**. Disponível em: <<https://brazil.mom-rsf.org/br/>>. Acesso em 23 nov. 2019.

- KLEIN, Alberto. **Imagens de Culto e Imagens de Mídia – Interferências Midiáticas no Cenário Religioso**. Porto Alegre: Sulina, p. 195, 2007.
- MENEZES, José Eugenio de Oliveira. **Processos de mediação: da mídia primária à mídia terciária**. Comunicare, São Paulo, v. 4, n.1, p. 27-40, 2004.
- MIKLOS, Jorge. A Ciber-Religião: A midiatização do sagrado e a sacralização da mídia. In: Gomes, Pedro Gilberto; NETO, Antonio Faustino; SBARDELOTTO, Moisés; Thamiris. (Org.). **Mídias e Religião: A Comunicação e a Fé em Sociedades em Midiatização**. 1ªed. São Leopoldo: Unisinos, 2013, v. 1, p. 1-12.
- \_\_\_\_\_. O Sagrado nas redes virtuais: a experiência religiosa na era das conexões- entre o midiático e o religioso. In: Karina Kosicki Bellotti; Magali do Nascimento Cunha. (Org.). **Mídia, Religião e Cultura: percepções e tendências em perspectiva global**. 1ed. Curitiba: Prismas, 2016, v. 1, p. 63-78.
- PATIAS, Jaime Carlos. **O sagrado e o profano: do rito religioso ao espetáculo midiático**. Pluricom, São Paulo, 2007.
- SANTOS, Milene Cristina. **O Proselitismo Religioso entre a Liberdade de Expressão e o Discurso do ódio: A Guerra Santa do Neopentecostalismo contra as Religiões Afro-Brasileiras**. Dissertação (Mestrado em Direito). Universidade de Brasília, Brasília, 2012. Disponível em [https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/13873/1/2012\\_MileneCristinaSantos.pdf](https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/13873/1/2012_MileneCristinaSantos.pdf). Acesso em 26 nov. 2019.
- SILVA, Mauricio Ribeiro da. **O ECLIPSE DO IMAGINÁRIO: imaginário instrumental nas imagens do Candomblé e da Umbanda**. In. XXVII ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2018, Belo Horizonte. Disponível em: <https://bit.ly/31YJXXo>. Acesso em: 25 out. 2019.
- \_\_\_\_\_. **TROMPE-L’OEIL: apagamentos e (in)visibilidade da Umbanda na cultura brasileira**. In. XXVIII ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2019, Porto Alegre. Disponível em: <https://bit.ly/34jKPHF>. Acesso em: 25 out. 2019.
- SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho**. Rio de Janeiro: Ed. Vozes, 2006
- \_\_\_\_\_. Entrevista **Comunicação e Sociologia – Revolução Genômica**. Revista Pesquisa FAPESP, abr. 2008. Disponível em: <https://revistapesquisa.fapesp.br/2008/12/01/muniz-sodre/>. Acesso em: 27 out. 2019.