
O HUMOR NA MEDIATIZAÇÃO DA RELIGIÃO: BABY DO BRASIL ENTRE O GOSPEL E O SECULAR¹

HUMOR IN THE MEDIATIZATION OF RELIGION: BABY DO BRASIL

BETWEEN THE GOSPEL AND THE SECULAR

HUMOR EN LA MEDIATIZACIÓN DE LA RELIGIÓN: BABY DO BRASIL

ENTRE EL GOSPEL Y LO SECULAR

MÍRIAM CRISTINA CARLOS SILVA²

ISABELLA PICHIGUELLI³

Submissão: 13/01/2021

Aprovação: 06/04/2021

Publicação: 16/07/2021

¹ Uma versão preliminar deste trabalho foi apresentada no XI Encontro de Pesquisadores em Comunicação e Cultura e I Encontro Internacional de Pesquisadores em Comunicação e Cultura, realizado pela Universidade de Sorocaba entre os dias 25 e 26 de setembro de 2017.

² Pós doutora em Comunicação Social. Doutora em Comunicação e Semiótica. Professora titular do mestrado em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba.

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-6162-332X> E-mail: miriamcriscarlos@gmail.com

³ Doutoranda e mestra em Comunicação e Cultura pela Universidade de Sorocaba.

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-5001-5313> E-mail: isabellareisps@gmail.com

RESUMO

Este artigo busca compreender as situações comunicacionais nas quais o humor emerge nas narrativas midiáticas da artista Baby do Brasil, que transita entre as culturas gospel (religiosa) e secular. Metodologicamente, partimos de pesquisa exploratória sobre as narrativas midiáticas de

Baby do Brasil e propomos uma leitura dessas narrativas à luz dos conceitos de antropofagia, carnavalização e midiaticização da religião. Para tanto, utilizamos autores como Oswald de Andrade, Mikhail Bakhtin, Robert Stam, Vladimir Propp, Luís Mauro Sá Martino e Jorge Miklos. O principal resultado aponta que o humor se configura como processo intrínseco e confirmador da antropofagia e da carnavalização promovida por Baby do Brasil em uma via de mão dupla: tanto de cristianização do secular e quanto de profanação do gospel.

Palavras-chave: Comunicação e Cultura. Midiaticização da Religião. Humor. Baby do Brasil.

ABSTRACT

This article seeks to understand the communicational situations in which humor emerges in the media narratives of the artist Baby do Brasil, which transits between gospel (religious) and secular cultures. Methodologically, we start from exploratory research on Baby do Brasil's media narratives and propose a reading of these narratives in the light of the concepts of anthropophagy, carnivalization and mediatization of religion. For this, we used authors such as Oswald de Andrade, Mikhail Bakhtin, Robert Stam, Vladimir Propp, Luís Mauro Sá Martino and Jorge Miklos. The main result points out that humor is configured as an intrinsic and confirming process of anthropophagy and carnivalization promoted by Baby do Brasil in a two-way street: both the secular Christianization and the profanity of the gospel.

Keywords: Communication and Culture. Mediatization of Religion. Humor. Baby do Brasil.

RESUMEN

Este artículo busca comprender las situaciones comunicacionales en las que el humor emerge en las narrativas mediáticas de la artista Baby do Brasil, que transita entre la cultura gospel (religiosa) y la secular. Metodológicamente, partimos de una investigación exploratoria sobre las narrativas mediáticas de Baby do Brasil y proponemos una lectura de estas narrativas a la luz de los conceptos de antropofagia, carnavalización y mediaticización de la religión. Para ello, se utilizaron autores como Oswald de Andrade, Mikhail Bakhtin, Robert Stam, Vladimir Propp, Luís Mauro Sá Martino y Jorge Miklos. El resultado principal señala que el humor se configura como un proceso intrínseco y confirmatorio de antropofagia y carnavalización promovida por Baby do Brasil en una calle de doble sentido: tanto la cristianización secular como la profanación del gospel.

Palabras clave: Comunicación y Cultura. Mediaticización de la religión. Humor. Baby do Brasil.

INTRODUÇÃO

Esse artigo tem como objetivo compreender as situações comunicacionais nas quais o humor emerge, em narrativas midiáticas produzidas pela cantora Baby do Brasil. Trata-se de etapa de uma pesquisa mais ampla, cujos resultados podem ser avaliados em Pichiguelli (2019).

Nesta fase, busca-se contextualizar a eclosão do humor em aparições midiáticas de Baby do Brasil em distintas situações, por meio de uma pesquisa exploratória cujo critério foi a relação entre os agenciamentos midiáticos¹ e a turnê Baby Sucessos (2012-2016), na qual a artista promove uma fusão entre as culturas gospel e secular, conforme veremos.

Ressalta-se que, além do agenciamento midiático relacionado à própria turnê, esta pode ser vista como o ponto de partida para outros shows de Baby. A presença do humor, oriunda da contradição entre o gospel e o secular, serviu como primeira hipótese sobre a razão para os agenciamentos midiáticos presentes nas aparições da cantora na turnê Baby Sucessos, daí ter servido como critério experimental para primeira pesquisa exploratória.

Antes de prosseguir, é necessário indicar o trânsito da cantora entre a cultura gospel – advinda da fé evangélica – e a secular, que designa o que não provém dessa religião (CUNHA, 2017). Essas duas culturas, conforme Cunha (2017), não se coadunam, em especial para parte da tradição evangélica, que se opõe a expressões culturais populares como a música não religiosa (que compõe o repertório da carreira de Baby do Brasil).

O termo secular, nesse contexto da cultura gospel, remete a um pensamento dualista que faz separação entre noções como “sagrado x profano”, “igreja x mundo”, embora a própria cultura gospel seja fruto de adaptações evangélicas à modernidade, sobretudo às lógicas de mercado. Apesar disso, a cultura gospel como nicho de mercado (com produtos

¹ De modo sintético, referem-se a produções de sentido que atuam para e na visibilidade de um fato nas mídias (LEAL; VAZ; ANTUNES, 2010).

específicos para o consumo evangélico) reforça a dualidade que a separa das demais manifestações culturais: o que não vem sob a embalagem “gospel” é hegemonicamente rejeitado como “mundano” / “secular” (CUNHA, 2017; PICHIGUELLI, 2019)².

Baby do Brasil, que já foi conhecida como Baby Consuelo, tornou-se integrante de uma igreja evangélica pentecostal em 1999 e passou pouco mais de uma década de sua carreira dedicando-se à música gospel. Desde 2012, porém, a artista voltou a cantar suas antigas músicas, da época em que integrava o grupo Novos Baianos e, também, as de sua fase solo, na turnê Baby Sucessos. O retorno ao repertório secular, entretanto, não significou um abandono do gospel, que passou a integrar os shows da cantora por meio de declarações e vocabulários característicos da cultura evangélica, além da mudança de letras de algumas canções, de modo a se ajustarem à sua fé.

Entre as aparições que permitem contextualizar o exercício do humor nas narrativas de Baby, está um parâmetro dessa dinâmica, que podemos chamar de performática³, promovida pela cantora, o encontrado no show gravado no Estúdio MTV em 2013 (BRASIL, 2017). Na canção *Menino do Rio* a cantora muda para “Jesus forever tatuado no braço” o verso que, na versão original, era “dragão tatuado no braço”. Na música *Telúrica*, composta em uma época na qual, segundo Vargas (2011), a artista praticava uma espiritualidade mística, sem fixar-se em uma religião apenas, os versos “Mandes prana para mim / Que esses raios de ouro cor / Penetrem nos meus chacras” podem agora ser entendidos como um pedido ao Deus dos evangélicos, pois logo em seguida a artista altera o verso “Penso em ti no meu agir” para “Penso Nele no meu agir”, levantando a mão esquerda com o dedo indicador para o alto.

² Nesse contexto da cultura gospel, o termo secular tem relação, portanto, com a seguinte definição: “6. Que não é próprio da Igreja; que não pertence à Igreja; leigo, profano” (SECULAR, 2021).

³ Comportamentos que são “tanto sociais e políticos quanto naturais e encenados, não havendo distinção entre essas instâncias” (AMARAL; SOARES; POLIVANOV, 2018, p. 70), para os quais as mídias operam como agenciamentos que “indicam modos particulares de agir, olhar, interagir, valorar” (idem, p. 76).

Outro show que exemplifica a maneira como Baby transita entre o gospel e o secular é o do Carnaval de 2015, em São Paulo (ROCK, 2015). Nele, a artista discursa: “*nós podemos ter carnaval, nós podemos ter uma festa, então vamos valorizar isso, vamos cuidar disso com todo o carinho. Se nós vemos algum amigo, algum irmão, ‘de crack’ [...] vai lá e prega pro cara, bicho, dá um pouco do seu amor [...]. Vamos fazer do carnaval a nossa festa de criança, a nossa festa, não vamos deixar morrer isso, ok?*”. A cantora, então, volta-se à banda, começa a contar compasso, a rebolar, e dá início à música ‘Todo dia era dia de índio’.

Nesse episódio, a fala da artista se assemelha a uma pregação evangélica, no entanto, o conteúdo religioso mistura-se a um pensamento raro em sermões cristãos, pois há a valorização do carnaval, ao qual, via de regra, a tradição evangélica se opõe (CUNHA, 2017).

Há uma presença constante de expressões e atitudes da cantora que demonstram sua religiosidade, em meio a um ambiente secular. No entanto, essas ações não impedem Baby de sambar, soltar o corpo nas danças, mexer o cabelo de um lado para o outro, rebolar.

HUMOR EM BABY DO BRASIL

Na mistura entre expressões religiosas e ambientes não religiosos, percebe-se o uso constante do humor em Baby do Brasil. Da pesquisa exploratória realizada, apresentamos – a fim de contextualização⁴ – cinco aparições midiáticas da cantora entre 2012 e 2016, período no qual a artista realizou a turnê Baby Sucessos, para problematizar, nesse primeiro momento, sobre a presença do humor, por meio da linguagem corporal e/ou verbal.

Os três primeiros excertos possuem como contexto de agenciamento midiático o início da turnê Baby Sucessos. Nesse contexto, tanto o valor-notícia para as entrevistas⁵ quanto as narrativas da cantora centram-se nos motivos para a volta da artista ao repertório

⁴ Nesta etapa de pesquisa, objetiva-se contextualizar as situações comunicacionais em que o humor emerge nas narrativas de Baby do Brasil, para posterior leitura teórica a respeito delas. Para uma tipografia de cada elemento humorístico, conferir Pichiguelli (2019).

⁵ Também em Pichiguelli (2019), detalhamos os tipos de contextos e agenciamentos em representações midiáticas sobre Baby do Brasil na volta ao repertório secular.

não-religioso e as aparentes contradições entre esse repertório e a fé evangélica. Já os outros dois excertos possuem como agenciamento midiático o repertório de Baby, pois são programas sobre música. Conforme veremos, o que há de comum e importa para nós, nessas situações midiáticas, é que Baby do Brasil está, em todas elas, tratando de sua religiosidade em um contexto não-religioso.

O primeiro momento ocorre no show gravado pelo Estúdio MTV em 2013. Pode-se perceber o sorriso e a entonação bem-humorada da voz da artista (BRASIL, 2017) ao narrar como recebeu o convite do filho Pedro Baby para montar o show de início da turnê Baby Sucessos: “*Peraí, mãe, você acha que Deus não vai querer que um filho toque com sua mãe? Eu falei: eu acho que sim, mas como eu sou uma popstora apóstola, do Reino que não pode ser abalado, Matrix totalmente, eu preciso falar com o Papai*”. Toda a plateia ri com Baby.

O uso desses termos, *popstora* e *Matrix*, aparecem recorrentemente em momentos cômicos proporcionados pela artista. Inventada por Baby, a palavra *popstora* é a junção (em um jogo que eclode contradições e binarismos) do termo *pop*, que alude, ao mesmo tempo, ao status de celebridade midiática, a uma popularidade massiva enquanto artista de MPB, e também a um popular oposto à cultura erudita e/ou oficial, inclusive representante de uma contracultura, como foi o grupo Novos Baianos (VARGAS, 2011), do qual a artista retoma parte do repertório; e da palavra *pastora*, que é a função da cantora na igreja evangélica.

Já *Matrix* é uma referência a um produto transmídia secular, composto por filmes, games, HQs, entre outros. O uso dessa palavra por Baby faz referência à maneira como a artista se entende enquanto uma cristã a serviço do seu Deus.

Nas diversas mídias que levam o nome *Matrix*, temas como realidade e ficção são muito presentes: “aquilo que consideramos como a nossa realidade trata-se, em Matrix, de uma grande simulação feita no futuro para nos enganar” (CANGUÇU, 2008, p. 81).

Além disso, apesar de não ser um filme religioso, a produção possui elementos de diversas religiões. Do cristianismo, identifica-se o personagem que visa “salvar a

humanidade” e a “cidade dos humanos”, o mundo real, que se chama Sião (CANGUÇU, 2008, p. 81-82), nome que, na fé cristã, é símbolo da cidade dos salvos (LANE, 2018).

Já em conversa com o jornalista Zeca Camargo (ALMEIDA, 2012), a cantora fala sobre sua personalidade e sua busca espiritual, com voz esfuziante e expressão facial aberta, alegre: *“eu tinha que encontrar, pra que combinasse com tudo isso, – Baby indica a si mesma – alguém muito louco, e ninguém mais muito louco do que Deus, né?”. A artista também detalha o momento em que foi convidada por seu filho a voltar a cantar as músicas do passado: “eu falei pra ele: Pedro, eu vou ter que orar” – ao fim dessa frase, Baby abre os braços e as mãos para os lados, em gestualidade que simboliza explicação, dá risada e continua, sorrindo: “porque se Deus confirmar que é pra entrar na Babilônia, eu vou entrar – a cantora ri enquanto fala – eu vou com a bênção de Deus”.*

Ao falar sobre o mesmo tema para a TV Estadão (ESTADÃO, 2013), Baby narra que ouviu uma mensagem do Deus que cultua: *“Até que chega, no meu coração, um aviso: ‘olha, vai chegar um convite [...]. E de repente eu recebo um convite do meu filho na mesma hora. E como eu sou muito, assim, tudo meu é: ‘e aí, Papai? É isso mesmo?’. Eu sou bem matrix, tá? Bem matrix, tá? Eu não tomo droga, não queimo fumo, mas sou muito mais louca do que todo mundo pode pensar – Baby ri ao falar “pode pensar” – “entendeu?” – e continua rindo, acompanhando o jornalista, oculto no vídeo, que gargalha simultaneamente.*

Já no programa Sarau (CASTRO, 2013), da GloboNews, a artista conversa com o apresentador Chico Pinheiro. É Baby quem introduz o tema da fé, após o jornalista mencionar as mudanças de nome da artista ao longo da carreira: *“e na próxima, lá no céu, escrito numa pedrinha na mão e escrito na testa da gente o nosso novo nome”.* Chico pergunta: *“E qual vai ser o seu novo nome?”.* Baby continua: *“Ah, tá lá em Apocalipse”.* O entrevistador repete: *“Qual vai ser seu novo nome?”.* E Baby: *“I don’t know, mas eu acho que vai ser maravilhoso!”.* Ao dizer “maravilhoso”, Baby distorce um pouco a voz, segurando a sílaba “lho” por um tempo maior, para enfatizar a palavra. Ao terminar de dizê-la, a cantora olha para Chico Pinheiro e solta uma gargalhada.

Como ensina Propp (1992, p. 171), “a comicidade costuma estar associada ao desnudamento de defeitos, manifestos ou secretos, daquele ou daquilo que suscita o riso”. Isso não significa, porém, que os defeitos sejam sempre depreciativos. O defeito refere-se mais à quebra do que impera como um padrão, ou seja, é o que soa como fora de ordem.

Não se trata, portanto, de um humor negativo, que “contribui de modo significativo para a manutenção do status quo” (POSTALI; PICHIGUELLI, 2017, p. 401) e é muito presente em narrativas midiáticas contemporâneas. Nesses casos, o erro do humor perde sua força positiva de “restauração cósmica”, operada pela instauração de sempre novos mundos, uma vez que “uma das principais funções do humor é desconstruir discursos dominantes, deslocando a tradição do sistema” (POSTALI; PICHIGUELLI, 2017, p. 393).

No caso de Baby do Brasil, o humor aparece não só como modo de falar (com pausas e entonações) engraçado, mas também pelo conteúdo errático (mas não negativo / destrutivo) do que é dito: o vocabulário gospel, em entrevistas a pessoas não declaradamente religiosas, em ambientes seculares nos quais sua fé não é, na maioria das vezes, o tema de maior interesse.

Dessa forma, quanto ao cômico e ao defeito, as expressões religiosas de Baby podem ser consideradas palavras erradas, para pessoas erradas, em lugares e em contextos errados, acionando o humor. Um humor que, conforme veremos, apesar de relacionado a expressões religiosas, não se direciona à manutenção de um *status quo*.

Além disso, conforme Bakhtin (1997, p. 374), “o riso levanta as barreiras, abre o caminho [...] proporciona a aproximação e a familiaridade”. Assim, o humor em Baby do Brasil não é só provocado por todos os “erros” elencados acima, mas também modo de inserir esses “erros”, ou seja: suas expressões de fé, nas narrativas tecidas midiaticamente.

Se não em teoria, Baby do Brasil parece, ao menos na prática, conhecer essa função do humor. Em entrevista a Zé Maurício Machline no programa Por Acaso no Rival (Musicabr, 2016), a cantora é perguntada sobre sua opção pela castidade e responde: “É porque eu sou pastora também, eu sou uma popstora né, vamos brincar assim [...] se não,

não fica engraçado”. Zé Maurício: “Não entendi, o que você é?”. Baby: “é e, como eu sou pastora, e o lado meu pastora é muito louco, então é uma popstora” – Baby sorri, Zé Maurício solta uma risada e ela continua: “[...] mas o termo pastora, que é complicado hoje, inclusive, tudo bem, eu não to nem aí porque todo mundo já conhece minha voz, continuo a mesma, os meus cabelos violetas e por aí vai, tipo assim, então eu brinco do popstora pra cortar aquela caretice, pra ficar uma coisa bem matrix”. Só após essa fala é que Baby começa a responder ao questionamento do entrevistador sobre sua vida sexual.

ANTROPOFAGIA, CARNAVALIZAÇÃO E MIDIATIZAÇÃO DA RELIGIÃO

Da pesquisa exploratória e da contextualização realizadas, vimos que o humor surge, em Baby do Brasil, acionado pelo fator “erro”, simultaneamente a uma estratégia de “abre alas”. Esses aspectos remetem a três conceitos à luz dos quais propomos, a partir de agora, ler a situação comunicacional em que o humor emerge midiaticamente em Baby do Brasil, a saber: a antropofagia, a carnavalização e a midiatização da religião.

A midiatização da religião diz respeito, sucintamente, a como se imbricam as linguagens religiosas e midiáticas, em uma rede de negociações e cruzamentos semânticos. Conforme Martino (2016, p. 38): “pode ser entendida como a articulação de características dos meios de comunicação, com sua linguagem, seus códigos, seus limites e possibilidades de construção de mensagens nas práticas, formações e instituições religiosas”.

Isso porque “não se trata de mera instrumentalização da mídia, colocando-a à serviço dos seus interesses, mas, sobretudo, implica em atitudes congeminadas com outras práticas da sociedade moderna”, como esclarecem Miklos e Souza (2020, p. 234).

Dentre essas práticas da sociedade moderna, está a lógica da visibilidade pública, que será de maior sucesso quanto maior for, também, a articulação das práticas religiosas com o ambiente midiático: “mas com a condição de, igualmente, dirigir algumas de suas práticas ao

encontro de linguagens laicas, com as quais o público está familiarizado” (MARTINO, 2017, p. 103). De acordo com Miklos (2015, p. 3458):

O que é discutido no campo da midiaticização do campo religioso envereda pelo fato de que só se pode evangelizar, atualmente, se for compreendido que a ideia de comunicação evoluiu com o passar das gerações, mudando seus conceitos, formas de linguagens e os demais processos que constroem a teia de ambiências em que vivemos.

É possível afirmar, portanto, que ocorrem alterações mútuas de formas e de conteúdos comunicacionais, em razão da imbricação entre os campos religioso e midiático. No caso de Baby do Brasil, para compreender de que modo essas alterações mútuas acontecem, lançamos mão de outros dois conceitos: antropofagia e carnavalização.

Oswald de Andrade, no Manifesto Antropófago (1928), cunhou a antropofagia como metáfora poética, que se tornou uma ferramenta tanto para a compreensão dos modos de criação quanto para a análise de produtos culturais brasileiros. Desde então, inúmeros artistas brasileiros podem ser lidos como antropófagos em seus processos de criação (SILVA, 2007). Stam (1992) explica a proposta:

Para os modernistas, o canibalismo artístico fazia parte de uma estratégia de resistência nacional ao colonialismo cultural. Os artistas brasileiros deveriam digerir produtos culturais importados para depois explorá-los como matéria-prima para uma nova síntese, voltando assim a cultura metropolitana imposta, transformada, contra o colonizador (STAM, 1992, p. 55).

Em essência concordamos com a afirmação de Stam, ressaltando, no entanto, que o termo a ser utilizado é antropofagia artística, e não canibalismo, pois o pressuposto maior de um processo antropofágico está na assimilação do valor do inimigo, que é devorado para ser incorporado e transformado. A operação significa um aumento de complexidade, não um achatamento: não se trata de uma devoração acrítica e tampouco livre de conflitos.

Dessa forma, a antropofagia oswaldiana é poética:

Definida como um processo de devoração, a poética antropofágica destaca a transformação dos produtos da cultura, mediante a incorporação do alheio, da diferença, em um processo de deglutição crítica, em que a junção de duas ou mais formas de culturas distintas (ou de seus produtos) darão origem a uma terceira (SILVA, 2015, p. 127).

A alternância entre a crítica e autocrítica, a devoração e a exportação, pode ser expressa através da célebre frase: “Tupi, or not tupi thats the question” (ANDRADE, 1976, p. 3). É também a alternância que marca o carnaval da Idade Média, no qual imperava a lógica da inversão dos papéis sociais, das ordens hierárquicas e de “tudo que era elevado e antigo, tudo que estava perfeito e acabado” (BAKHTIN, 1987, p. 70):

O desdém carnavalesco pela hierarquia e pela separação é apenas uma das manifestações possíveis do princípio fundamental da “lógica ao contrário” ou ao “avesso” [...]. É exatamente essa lógica carnavalesca que comparece para dar sentido aceitável, na mentalidade e sensibilidade medievais, à mistura de tudo com tudo, à convivência e ao amontoamento, à presença do que poderíamos chamar de “coexistência de insuportáveis” (RODRIGUES, 2015, p. 229).

Assim, tudo podia misturar-se com tudo, à semelhança do ideal antropofágico. Apesar de diferentes, o que se destaca é que tanto a antropofagia quanto a carnavalização são regidos por dois métodos de atuação: o humor e o dialogismo (ou as alternâncias).

Começamos pela antropofagia, pois que “a alegria é a prova dos nove” (ANDRADE, 1976, p. 5), ou seja: o humor confirma uma obra como antropófaga. O próprio Oswald, como será explicitado adiante, usou abundantemente de recursos humorísticos em suas poéticas (SILVA, 2007), tais como o uso da paródia.

Quanto ao carnaval medieval, Bakhtin (1987, p. 8) ensina que este tem suas raízes na cultura popular da época, que era essencialmente cômica e não dava vida somente ao carnaval, mas a uma série de vocabulários familiarmente grosseiros, espetáculos, ritos e

cultos cômicos especiais, obras literárias cômicas, incluindo paródias (orais ou escritas), e personagens como os tolos, os bufões, os anões e os palhaços (BAKHTIN, 1987, p. 3-4).

Além disso, toda a comicidade da cultura popular medieval, da qual o carnaval fazia parte, era proporcionada por uma concepção de mundo paralela, não-oficial, sem a qual não é possível compreender a festividade:

O princípio carnavalesco abole as hierarquias, nivela as classes sociais e cria outra vida, livre das regras e restrições convencionais. Durante o carnaval, tudo que é marginalizado e excluído, o insano, o escandaloso, o aleatório se apropria do centro, numa explosão libertadora [...] e o riso festivo celebra uma vitória simbólica sobre a morte, sobre tudo o que é considerado sagrado, sobre tudo aquilo que oprime e restringe (STAM, 1992, p. 43).

Sobre o dialogismo, conceito também de Bakhtin (1997), é Stam (1992) quem o enxerga como *modus operandi* de linguagem tanto da antropofagia quanto da carnavalização, pois o termo “carnavalizar” pode ser sinônimo de desestruturar, transformar formas rígidas, assim como faz a antropofagia, que:

simplesmente aceita a presença inevitável do intercâmbio cultural entre a América Latina e a Metrópole. Não poderia haver nenhum retorno a uma pureza pré-colonial, nenhuma recuperação não-problemática das origens nacionais. O artista, entretanto, não pode ignorar a presença da arte estrangeira; tem de engoli-la, carnavalizá-la e fazer uma reciclagem para objetivos nacionais (STAM, 1992, p. 49).

É possível afirmar, nesse sentido, que a antropofagia e a carnavalização são decoloniais, sobretudo no contexto latino-americano, fenômeno bem demonstrado por Santos (2018, p. 601): “as desfigurações físicas e a verdade carnavalesca como potencialidade de um mundo acolhedor e uma idade de ouro – está bem visível na inversão utópica do social e do político na América da antropofagia. O novo continente é o carnaval diaspórico dos europeus”.

Trata-se de uma oposição contra toda colonização, contra toda canonização que “cai facilmente na ortodoxia” (SANTOS, 2018, p. 559) e que, por isso, demanda recorrentemente pela operação dialógica, antropofágica, carnavalesca: “‘Antropofagia’, neste sentido, é um outro nome para o que Kristeva, traduzindo Bakhtin, chamou de ‘intertextualidade’ e que o próprio Bakhtin chama de ‘dialogismo’ e ‘carnavalização’ (...) (STAM, 1992, p. 49).

O dialogismo refere-se a como os enunciados são construídos de forma responsiva, direcionada ao interlocutor. Para Bakhtin (1997, p. 345), “a relação dialógica é uma relação (de sentido) que se estabelece entre enunciados na comunicação verbal” e cada enunciado:

está voltado não só para o seu objeto, mas também para o discurso do outro acerca desse objeto. [...] desde o início, elabora-se em função da eventual reação-resposta, a qual é o objetivo preciso de sua elaboração. [...] O índice substancial (constitutivo) do enunciado é o fato de *dirigir-se* a alguém, de estar voltado *para o destinatário* (BAKHTIN, 1997, p. 320).

Dessa forma, o próximo passo é compreender de que modo os conceitos abordados se relacionam com as narrativas midiáticas de Baby do Brasil na turnê Baby Sucessos.

ANTROPOFAGIA, CARNAVALIZAÇÃO E MIDIATIZAÇÃO DA RELIGIÃO NA TURNÊ BABY SUCESSOS

Antes de tudo, é necessário lembrar que antropofagia e carnavalização são conceitos que inserem a religiosidade em um processo mestiço, no qual sagrado e profano podem convergir, opondo-se aos binarismos e ampliando a complexidade dos encontros dialógicos (SILVA, 2007).

A partir de um quadro recebido como presente de aniversário, pintado por Tarsila do Amaral, o “Abaporu” (o antropófago), por sugestão de Raul Bopp, Oswald Andrade (1976) escreve o Manifesto Antropófago, norteado pela metáfora da devoração do alheio, processo de transformação do tabu em totem, no qual o valor do inimigo é incorporado, digerido e

transformado. A religião como instituição é colocada em cheque, justamente por seu exercício de segregação / oposição entre dois mundos: “Necessidade da vacina antropofágica. Para o equilíbrio contra as religiões de meridiano. E as inquisições exteriores” (1976, p. 4).

Os processos antropofágicos se fazem a partir da assimilação crítica e criativa das diferenças, com o questionamento sobre a hierarquização entre as esferas das culturas erudita e popular: “Aliando o sagrado ao profano, Oswald nos dá a dimensão do seu pensamento antropofágico: não há limites para a aproximação de elementos, mesmo aqueles localizados em territórios aparentemente inconciliáveis” (SILVA, 2007).

Para essa reconciliação entre opostos, umas das formas encontradas por Oswald de Andrade é o uso do humor, por meio da ironia, do trocadilho, do escárnio, da paródia, como já se percebe no exemplo das obras *Memórias Sentimentais de João Miramar*, Serafim Ponte Grande, passando pela poesia e depois em *O Rei da Vela*, que foi encenada por José Celso Martinez em 1967 e serviu como um dos elementos de inspiração para o movimento Tropicália.

Desta forma, a antropofagia oswaldiana apresenta pontos de contato com os processos de carnavalização descritos por Bakhtin, que discorre sobre o carnaval da idade média e demonstra as práticas de dessacralização das instituições religiosas, parodiadas pela cultura popular, com missas em que se apresentava um burro como sendo o padre, entre outras formas de inversão dos polos alto e baixo. Andrade (1991, p. 39) opera também com uma dessacralização, que subverte os polos da cultura, como no: “Hosana / Banana / Hosana / Banana”, presente no poema *Coro do Anjos do Corcovado*.

Já Bakhtin (1987, p. 6) afirma que:

O princípio cômico que preside aos ritos do carnaval, liberta-os totalmente de qualquer dogmatismo religioso ou eclesiástico, do misticismo, da piedade, e eles são além disso completamente desprovidos de caráter mágico ou encantatório (não pedem nem exigem nada). [...] Todas essas formas são decididamente exteriores à Igreja e à religião. Eles pertencem à esfera particular da vida cotidiana.

A proposta de inversão de Oswald de Andrade, que parte de uma sociedade ainda provinciana e critica uma burguesia completamente arraigada a valores que operavam com a oposição, parece ainda mais ousada, pois reforçamos que, na cultura popular da Idade Média, carnaval e vida religiosa eram lados de uma mesma moeda:

Sabemos que os autores das paródias mais desenfreadas dos textos sagrados e do culto religioso eram pessoas que aceitavam sinceramente esse culto e o serviam não com menor sinceridade. Possuímos testemunhos de homens da Idade Média que atribuíam às paródias fins didáticos e edificantes (BAKHTIN, 1987, p. 82).

Assim como para a cultura popular da Idade Média, descrita por Bakhtin, a antropofagia de Andrade insere o profano, sem rejeitar o sagrado. A diferença está no fato de que se trata de um burguês que repropõe o valor do popular, não do popular parodiando o sagrado.

Quanto a Baby do Brasil, é possível afirmar que há um processo de antropofagia, que envolve uma carnavalização, em que se pesem as diferenças entre os conceitos, mas também suas possíveis aproximações: na mistura que a cantora faz de expressões religiosas e elementos / ambientes não religiosos.

O que se identifica, assim, é uma via de mão dupla: na via que vai, uma carnavalização do gospel; na via que vem, uma cristianização do secular. Via de mão dupla, porém, sem linhas demarcatórias, de maneira que não é possível delimitar onde uma começa e a outra termina, à semelhança do que acontecia com o carnaval e a cultura cômica popular na Idade Média (BAKHTIN, 1987, p. 82), mas sobretudo como propõe Oswald de Andrade em relação à antropofagia: um amálgama entre as diferenças, em uma poética que tem como resultado a elevação da complexidade e da potência dialógica, como apontado em Silva (2007, 2010).

Nas duas vias há a negação de algumas características e, a sobrelevação de outras. O samba e o corpo solto na dança permanecem. O samba junta-se a expressões de louvor, como

“glória a Deus!”. O “glória a Deus!” junta-se ao samba-rock dos Novos Baianos, ex-grupo de Baby. Já o samba-adoração (canções religiosas em ritmo de samba) não tem vez. Baby do Brasil, simultaneamente, carnaliza e cristianiza – o que pode ser percebido, por extensão, nas declarações que a cantora emite midiaticamente em entrevistas.

CONSIDERAÇÕES

As falas nos shows, as entrevistas, bem como gestos e expressões típicos de um show gospel, as letras de músicas alteradas misturadas às partes não alteradas, tudo isso compõe as narrativas da cantora sobre si, enquanto artista da música popular brasileira, pastora evangélica e personagem midiática. Nas narrativas de Baby, o processo antropofágico, carnavalesco e cristianizador ganha materialidade, levando a esfera do sagrado para a esfera do profano e a esfera do profano para a do sagrado.

Nesse processo, o humor se configura como processo intrínseco e confirmador da antropofagia e da carnavalização promovida pela cantora. O cômico não aparece só quando Baby dá risadas, mas no uso de termos como louca, *popstora*, *matrix*. Essas expressões cômicas constituem-se para quem se dirigem, em uma midiatização da religião que pratica o dialogismo, também típico da antropofagia e da carnavalização (STAM, 1992).

Nas configurações para o encontro entre sua religiosidade e a linguagem midiática (MIKLOS, 2015; MARTINO, 2017), Baby do Brasil lança mão do humor para comunicar, derrubando eventuais barreiras / rejeições (BAKHTIN, 1997), e encontrando lugar para o sem lugar, ao reconhecer no cômico o estranhamento (PROPP, 1992) provocado por expressões de fé que se inserem em ambientes e para públicos não religiosos.

Por fim, entendemos que o humor está presente nas narrativas midiáticas de Baby do Brasil como um dos pilares de um processo antropofágico, ligado intrinsecamente à carnavalização de sua fé, a qual, entretanto, simultaneamente convive com sua conduta evangelística, cristianizadora. Dessa forma, em um ambiente midiático e secular, com o qual

sua religiosidade se articula, o humor é utilizado por Baby do Brasil como uma forma de quebrar pré-conceitos e desfazer linhas divisórias: gospel e secular imbricam-se.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, M. Baby do Brasil comemora 60 anos e volta aos palcos. **Youtube**, 28 out. 2012. Disponível em: <https://url.gratis/wDGGj>. Acesso em: 22 de junho de 2018.
- AMARAL, A.; SOARES, T.; POLIVANOV, B. Disputas sobre performance nos estudos de Comunicação: desafios teóricos, derivas metodológicas. **Revista Intercom**, São Paulo, v. 41, n. 1, p. 63-79, Jan. 2018.
- ANDRADE, O. **O santeiro do mangue e outros poemas**. São Paulo: Globo, 1991.
- ANDRADE, O. **Manifesto antropófago e manifesto da poesia pau-brasil**. In: TELES, G. M. Vanguarda européia e modernismo brasileiro: apresentação e crítica dos principais manifestos vanguardistas. 3ª. ed. Brasília: Vozes, 1976.
- BAKHTIN, M. **A cultura popular na idade média e no renascimento: o contexto de François Rabelais**. Tradução de Yara Frateschi Vieira. São Paulo: HUCITEC, 1987.
- BAKHTIN, M. **Estética da Criação Verbal**. 2ª. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- BRASIL, B. Baby do Brasil – Estúdio MTV (Show Completo). **Youtube**, 12 dez. 2017. Disponível em: <https://url.gratis/4n0WW>. Acesso em: 22 de junho de 2018.
- CANGUÇU, C. F. **A construção narrativa e plástica do filme Matrix**. Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2008. Dissertação de Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Disponível em: <https://url.gratis/Ph1ZV>. Acesso em: 31 de maio de 2016.
- CASTRO, M. Baby do Brasil e Pedro Baby se apresentam no Sarau (Parte 1 de 2). **Youtube**, 10 abr. 2013. Disponível em: <https://url.gratis/P1o1r>. Acesso em: 22 de junho de 2018.
- CUNHA, M. N. **Do Púlpito às Mídias Sociais**. Curitiba: Editora Prismas, 2017.
- ESTADÃO. 'Não deixei de ser a pessoa que sou', diz Baby do Brasil. **Youtube**, 1 fev. 2013. Disponível em: <https://url.gratis/75zEq>. Acesso em: 22 de junho de 2018.

- LANE, W. L. Reflexões sobre a cidade a partir de 1 Pedro. **Via Teológica**, v. 19, n. 37, p. 109-122, maio de 2019.
- LEAL, B. S.; VAZ, P. B; ANTUNES, E. De quem é a agenda? In: BENETTI, M.; FONSECA, V. P. S. **Jornalismo e acontecimento**: mapeamentos críticos. Florianópolis: Insular, 2010.
- MARTINO, L. M. S. **Mídia, religião e sociedade**: das palavras às redes digitais. São Paulo: Paulus, 2016.
- MARTINO, L. M. S. Miatização da religião e secularização: pensando as práticas religiosas no ambiente das mídias. **PAULUS**, v. 1, n. 1, p. pag. 97-108, 16 jan. 2017.
- MIKLOS, J. Religião midiaticizada e ciberespaço: perspectivas teórico-crítica para os campos acadêmico e midiático. In: Congresso Ibero-Americano de Comunicação, XIV, mar./abr., 2015, São Paulo. **Anais Ibercom 2015**. São Paulo: ECA-USP, 2015. p. 3451-3461.
- MUSICABR, P. Por Acaso no Rival – Baby do Brasil e Maria Gadú (Parte 4/5). **Youtube**, 22 dez. 2016. Disponível em: <https://url.gratis/58hfN>. Acesso em: 22 de junho de 2018.
- PICHIGUELLI, I. **Para além do gospel e secular**. Alumínio, SP: Jogo de Palavras, 2019.
- POSTALI, T.; PICHIGUELLI, I. O humor de Danilo Gentili e as narrativas de senso comum: uma análise a partir de Umberto Eco. In: SILVA et al. (Orgs.). **Umberto Eco em Narrativas**. Votorantim-SP: Provocare, 2017. p. 381-403.
- PROPP, V. **Comicidade e Riso**. São Paulo: Ática, 1992. 215 p.
- ROCK, B. & C. BANDA GLÓRIA & BABY DO BRASIL - 17/02/2015 - Show Completo - Largo da Batata - São Paulo. **Youtube**, 19 fev. 2015. Disponível em: <https://url.gratis/P06pV>. Acesso em: 22 de junho de 2018.
- RODRIGUES, J. C. Ventura e desventura da carnavalesização. In: RODRIGUES, J. C. **Imaginários e dramas sociais**: estudos de significação. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, 2015. SECULAR. In: AULETE, Dicionário Online de Português. Lexicon Editora Digital, 2021. Disponível em: www.aulete.com.br/secular. Acesso em: 29 de março de 2021.
- SANTOS, B. de S. **Construindo as Epistemologias do Sul**: Antologia Essencial. Buenos Aires: CLACSO, 2018.

SILVA, M. C. C. **Comunicação e Cultura Antropofágicas**: mídia, corpo e paisagem na erótico-poética oswaldiana. Porto Alegre - Sorocaba: Sulina - EDUNISO, 2007.

SILVA, M. C. C. O Infiltrado: narrativas midiáticas e uma poética antropofágica. **Galaxia**, São Paulo, v. 30, p. 125-137, dezembro 2015.

SOUZA, R. M.; MIKLOS, J. Da autorrenúncia altruísta ao culto narcisista: uma mudança de paradigma na cultura religiosa midiaticizada. **REVER**, v. 20, n. 1, p. 233-245, jan./abr. 2020.

STAM, R. **Bakhtin**: Da teoria literária à cultura de massa. São Paulo: Editora Ática S.A., 1992.

VARGAS, H. Tinindo trincando: contracultura e rock no samba dos Novos Baianos. **Contemporânea - Revista de Comunicação e Cultura**, Salvador, v. 9, n. n. 3, p. 461 -474, setembro-dezembro 2011.

COMO CITAR ESTE ARTIGO

SILVA, Míriam Cristina Carlos; PICHIGUELLI, Isabella. O humor na midiaticização da religião: Baby do Brasil entre o gospel e o secular. **Revista Culturas Midiáticas**, João Pessoa, v. 14, pp. 3-21, 2021. DOI: <https://doi.org/10.22478/ufpb.2763-9398.2021v14n.57217>.