



MÍDIA E CONTEMPORANEIDADE

MARTA MARIA AZEVEDO QUEIROZ
NILSÂNGELA CARDOSO LIMA
THAÍSA CRISTINA BUENO

Expediente

Direção Editorial: Edson Rodrigues Cavalcante
Projeto Gráfico: Ana Kelma Gallas
Diagramação: Kleber Albuquerque Filho
TI Publicações OMP Books: Eliezyo Silva
Apoio Editorial: Jader de Oliveira



FICHA CATALOGRÁFICA

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
(CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Q3m

QUEIROZ, Marta Maria Azevedo; LIMA, Nilsângela Cardoso; BUENO, Thaísa Cristina.

Mídia e Contemporaneidade: estudos transdisciplinares / Marta Maria Azevedo Queiroz, Nilsângela Cardoso Lima e Thaísa Cristina Bueno. (Orgs.). São Paulo: Lestu Publishing Company, 2022.

272 p. online. pdf.

ISBN: 978-65-996314-5-0

DOI: 10.51205/lestu.978-65-996314-5-0

1. Mídia. 2. Contemporaneidade. 3. Jornalismo. 4. Ciências da Comunicação. 5. Sociedade Midiatizada. I. Autor(a). II. Título. III. Editora.

CDD: 070.

Índices para catálogo sistemático:

1. Jornalismo: Mídia. Sociedade Midiatizada. Comunicação.



A Lestu Publishing Company é uma editora que acredita na Ciência Aberta. Permitimos a leitura, download e/ou compartilhamento do conteúdo desta obra para qualquer meio ou formato, desde que os textos e seus autores sejam adequadamente referenciados.

LESTU PUBLISHING COMPANY

Editora, Gráfica e Consultoria Ltda
Avenida Paulista, 2300, andar Pilotis
Bela Vista, São Paulo, 01310-300,
Brasil.

editora@lestu.org

www.lestu.com.br

(11) 97415.4679

Imagens da obra:
Canva (Creative Commons)

Marta Maria Azevedo Queiroz
Nilsângela Cardoso Lima
Thaísa Cristina Bueno

MÍDIA E CONTEMPORANEIDADE



Todos os livros publicados pela Editora Lestu Publishing Company estão sob os direitos da Creative Commons 4.0 https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.pt_BR



3

Kobá: a apropriação do *Instagram* como espaço para desmistificar e ecoar a cultura da religião umbanda

Clebson Lustosa Brandão Lima e Samantha Viana Castelo Branco
Rocha Carvalho

1 INTRODUÇÃO

“Umbandista e candomblecista não tem concessão pública de canal aberto, então o que a gente tem que usar? A internet” (SORRENTINO, 2021, p. 5). Este é um trecho da entrevista do jornalista e do umbandista, Gabriel Sorrentino, na revista *Topview* – uma revista de estilo de vida, edição nº 245, de fev. 2021 – tendo como temática central o trabalho dos influenciadores da vida real e sobre esse eixo temático discursivo. O autor ainda destacou que “vamos usá-la para democratizar informação sobre umbanda e candomblé. Atualmente, com a expansão da internet, a umbanda e o candomblé estão conseguindo atingir públicos que antes a gente não alcançava” (*ibid.*).

Foi com este pensamento que nasceu a Kobá, uma revista digital totalmente gratuita que trata sobre assuntos de religiosidades de matrizes africanas. A primeira edição do exemplar saiu em agosto de 2020 e não demorou muito para que o magazine ocupasse as redes sociais virtuais. Hoje, o “coletivo de comunicação afrorreligiosa”, como eles passaram a se intitular, tem perfis no *Instagram*, *Facebook*, *Twitter* e *YouTube*, acumulando milhares de seguidores e visualização de seus *posts*.

A Kobá Exu (@kobaexu), conta que o coletivo mantém no *Instagram*, correspondendo também ao observável desta pesquisa, que tem como objeto de estudo a comunicação e visibilização das religiões de matrizes africanas nas mídias sociais. Partindo da problematização de como a Kobá se apropria da plataforma como espaço para desmistificar e ecoar a cultura da religião umbanda, traçou-se primeiramente como objetivo geral: Analisar a participação dos umbandistas nas redes sociais, com foco na visibilização e democratização das falas das religiões marginalizadas pela grande mídia. Além disso, este artigo busca também coletar algumas percepções secundárias: Analisar de que forma os administradores do ig¹ Kobá Exu utilizam o *Instagram*; com que conteúdo eles alimentam a página; quem está no perfil; e que tipo de comentário é possível encontrar.

Nesse contexto, enfatiza-se, também, que o problema de pesquisa deste trabalho refere-se à seguinte indagação: As tecnologias digitais podem ser uma alternativa de mídia para construir espaços de discussão, mobilização e veiculação de informações dos grupos marginalizados? Assim, explica-se que a pesquisa aqui abordada se justifica devido à necessidade singular de erguer um estudo que analise como as tecnologias digitais – e aqui trabalhamos o *Instagram*

– podem ser aliadas para reconhecer e dar passagem às vozes de grupos marginalizados e muitas vezes silenciados pela grande mídia. Sendo ferramentas que podem, inclusive, trabalhar na direção do desenvolvimento do pensamento crítico.

Em relação aos aspectos metodológicos, optou-se por realizar um estudo de abordagem qualitativa recorrendo às pesquisas exploratória, explicativa e bibliográfica e tendo, por base de interpretação da coleta de dados a técnica da análise de conteúdo. Os estudos que recorrem a abordagem qualitativa conforme Gil (2014) são aqueles que se distanciam, literalmente, de dados quantitativos/estatísticos para análise e descrição dos fatos, pois o foco é a qualificação do conhecimento obtido para uma explicação analítica ou síntese sobre o assunto.

Atrelado a esse tipo de abordagem, as pesquisas exploratória e explicativa são muito bem quistas: uma vez que a primeira é usada quando se busca explicar fenômenos sociais que afetem à coletividade ou parte dela (VIANELLO, 2014); e a segunda é aplicada em casos onde faz-se necessário uma “exploração” do *corpus* para obter uma realidade/um contexto rico de informações para a análise dos dados (MARCONI; LAKATOS, 2003). Sobre a pesquisa bibliográfica discorre-se ainda que é realizada através de um “registro disponível, decorrente de pesquisas anteriores, em documentos impressos, como livros, artigos, teses etc.” (SEVERINO, 2013, 106).

Além disso, para a execução e processo construtivo deste estudo, adotou-se o método de análise de conteúdo. Para tal, fez-se necessário uma pesquisa de caráter qualitativo e empírico do perfil Kobá Exu no *Instagram*. Desse modo, o *corpus* desta pesquisa refere-se a 13 publicações do *Instagram* da Kobá incluindo, também, os comentários dos leitores nos *posts*. Explica-se que foram escolhidas

1 Forma como é conhecido o Instagram, chamado também como insta.

treze postagens porque quis-se obter um recorte referente a um ano de publicação e extrapolou-se uma a mais devido ao fato de que o conteúdo era relevante à temática deste artigo.

De posse deste material, partimos para a análise de conteúdo. Sendo este o momento em que colocamos em evidência e discutimos mais a fundo, com base no conteúdo do perfil Kobá Exu, como a rede social virtual *Instagram* contribui para desmistificar a cultura da religião umbanda. Segundo Bardin (1977, p. 42) “esta abordagem tem por finalidade efetuar deduções lógicas e justificadas, referentes à origem das mensagens tomadas em consideração (o emissor e o seu contexto, ou, eventualmente, os efeitos dessas mensagens)”. Vale destacar ainda que a AC “descreve, analisa e interpreta as mensagens/enunciados de todas as formas de discurso, procurando ver o que está por detrás das palavras”, (SEVERINO, 2007, p.106). Por fim, explica-se que a investigação realizada é um estudo construído pelo viés empírico, já que segundo Fantinato (2015), o estudo empírico é baseado na observação de um fato e na experiência comum, não se baseando em teorias. De acordo com o autor, a pesquisa empírica busca dados relevantes que são obtidos através da experiência do pesquisador. Tendo como objetivo chegar a novas conclusões a partir da maturidade experimental.

2 NOVAS TECNOLOGIAS: A REVERBERAÇÃO DE VOZES SILENCIADAS

Por muito tempo grupos marginalizados não ocupavam espaço na mídia, principalmente na grande mídia. As grades de programação da TV e do rádio eram espaços pavimentados por classes privilegiadas. Um levantamento realizado entre os anos de 2016 e

2017 pelo coletivo Vaidapé², com os sete maiores canais da televisão brasileira, constatou que, dos 272 apresentadores dos canais, apenas 3,7% eram negros, ou seja, tínhamos 261 pessoas brancas no vídeo e somente dez negras. Sendo que dentro de uma programação de 24 horas, eles estavam no ar somente por seis minutos.

O recorte anterior levou em consideração a raça, mas esse preconceito pode ser estendido desde a origem das pessoas, a cultura e até a religião. Neste momento, por exemplo, tente buscar na mente um programa religioso veiculado na TV que não seja católico e/ou evangélico. Difícil, não é? Isso porque religiões que não seguem nesse viés estão à margem da mídia tradicional. Religiões como a umbanda, por exemplo, estão neste universo de assuntos marginalizados. Traços de uma visão eurocêntrica que levaram, inclusive, a partir de 1890, a criação dos artigos 157 e 158 que enquadravam como práticas criminosas cultos afro-brasileiros – derrubados em 1942 (ARQUIVO NACIONAL, 2019).

A grande mídia acaba silenciando o povo umbandista quando deixa de pautar essa religião de matriz africana. Mais do que isso, deixa de contribuir com informações à sociedade sobre uma religião totalmente brasileira (SILVA, 2018) e que ainda sofre muito preconceito por falta de conhecimento. Além de estar cumprindo um papel social, o jornalismo e a TV estariam ajudando a formar uma sociedade mais democrática e plural, caso discutisse com a população, através de produções jornalísticas, a história e ideais da religião umbanda. Segundo Pereira (2018, p. 45) “a ignorância em relação a práticas distintas da sua ganha uma roupagem de afirmação da própria crença, confundindo-se a liberdade de expressão religiosa com o “direito” a oprimir e destruir simbólica ou fisicamente outrem”.

2 VAIDAPÉ ([20--?]).

Passadas sete décadas – desde a derrubada dos artigos 157 e 158 que enquadravam como práticas criminosas cultos afro-brasileiros – você só vai encontrar a umbanda na TV, na grande maioria das vezes, no fim de ano quando as celebrações a Iemanjá são noticiadas e/ou em matérias policiais que falam de crimes atentados contra terreiros e umbandistas. No entanto, com o uso das novas tecnologias este cenário começa a mudar.

A internet utilizada por muitos apenas como um mecanismo de entretenimento e lazer passa a se configurar em um espaço onde grupos tidos como minoritários, umbandistas, por exemplo, podem ocupar para se ver e falar, transpassando os muros erguidos ao longo dos anos pela grande mídia. No ciberespaço “cada um pode agir, sem intermediário, quando bem quiser, sem filtro nem hierarquia e, ainda mais, em tempo real” (WOLTON, 2012, p. 83).

Em uma história mais recente, a internet foi peça-chave para a mobilização e articulação de movimentos sociais. Um local onde as vozes “abafadas”, e por muitas vezes silenciadas, puderam ecoar, gritando por direito e respeito. Atos como, por exemplo, *#Vidas-NegrasImportam*³ ganharam força e conseguiram quebrar fronteiras através da internet para se tornar um movimento mundial de luta contra o racismo. As tecnologias digitais se tornaram ferramentas de uso para a resistência. Mecanismos para construir um sistema democrático, igualitário e plural. Diversificando as vozes, pois conforme Fábio Malini (2017, s. p.):

A internet é uma máquina de produção de minorias. Ela cria essa possibilidade de concessão de

comunidades que se baseiam em interesses próprios, e isso cria uma dinâmica de implicação de um conjunto de públicos que se baseiam também numa lógica identitária. Baseia-se, ainda, numa perspectiva de difusão de vozes minoritárias. A internet é, sem dúvida, o dispositivo mais importante para as minorias.

Povos que sempre se sentiram acuados passam a ver liberdade na rede, se vestem de poder. As telas mostram não só uma janela, mas uma saída para a construção da resistência e de espaços para a democratização de falas. Mais do que se reconhecerem e escutar as vozes dos seus, a internet nas mãos desses grupos passa a ser um local de construção de conhecimento, e aqui nos referimos à informação.

A mídia tradicional – TV, rádio e jornais – não é mais a única detentora de pautar as notícias, a fazer recortes do que se deve informar ou não. “Não é à toa que, muitas vezes, vemos notícias que saíram primeiro no Twitter sendo replicadas nos jornais nacionais, inclusive usando tais *tweets* como fontes para suas reportagens”, (GNIPPER, 2018, s.p.). As redes sociais descobrem e deixam a mostra o que às vezes não é de interesse dos donos da mídia. Quando isso reverbera na rede, fica difícil querer silenciar.

Observa-se que nos últimos anos a mídia tem pautado cada vez mais, por causa, principalmente, de movimentos sociais e de coletivos, assuntos sobre minorias e grupos que sofrem opressão. Aqui destacamos desde movimentos como “*Black Lives Matter*” [sobre racismo e o massacre que o povo negro vem sofrendo ao longo dos tempos], “*meu corpo, minhas regras*” [sobre empoderamento feminino e a luta das mulheres por direitos iguais] e a luta por respeito a comunidade LGBTQIA+ [sobre homofobia].

³ Movimento ligado e originário do “*Black Lives Matter*” - movimento ativista internacional, com origem na comunidade afro-americana, que faz campanha contra a violência direcionada às pessoas negras.

Com base nas discussões e no que prega Wolton (2012, p. 86), é possível enxergar nesses movimentos entrelaçados com a internet “condições para a emergência de uma nova sociedade, em rede, livre e solidária, permitindo finalmente o nascimento de uma nova cultura”. Uma sociedade que seja alicerçada no respeito, empatia e democracia.

Diante de uma sociedade midiática e conectada em rede, com as pessoas vivendo mais o virtual do que o real, os grupos marginalizados encontram na internet um terreno fértil em busca de visibilidade e de fala, para serem vistos, já que na mídia tradicional isso não acontece. Partindo desta percepção, afirma Sibilia (2016, p. 339), “se ninguém nos vê, nesse contexto cada vez mais dominado pela lógica da visibilidade, poderíamos pensar que simplesmente não fomos, ou pior ainda: que não existimos”. Falar, se mostrar e, principalmente, escutar as vozes desses grupos na internet é também um ato de sobrevivência.

3 A DESMISTIFICAÇÃO DA UMBANDA NO *INSTAGRAM*

3.1 KOBÁ EXU OCUPA O *INSTAGRAM*

O perfil Kobá Exu (@kobaexu) existe no Instagram desde 08 de julho de 2020, ou pelo menos a primeira postagem foi feita nesta data. A página integra um grupo de mesmo nome e que se classifica como sendo um coletivo de comunicação afrorreligiosa. Além da conta no *Instagram*, a Kobá tem perfis no *Facebook*, *Twitter* e *YouTube*. Segundo Gabriel Sorrentino, jornalista idealizador do projeto, a ideia de ocupar este espaço foi motivada pela ausência da religião umbanda e outras de matriz africana dentro da grande mídia. O primeiro *post* do coletivo na rede social, marcada predominantemente por fotos, é a identidade visual da Kobá em letras com referências à

cultura afro. Na legenda, eles falam “em breve, você terá à sua disposição conteúdo jornalístico sobre umbanda e candomblé. Juntos, seguiremos na luta contra o racismo religioso – e usaremos a munição mais eficaz: a informação”. É possível perceber que a Kobá já se coloca em uma posição de um perfil fora da curva do que geralmente se encontra no *Instagram*.

Segundo Sibilia (2016), na rede social comumente são vistos verdadeiros diários de bordo repletos de narrativas supérfluas e rasas. A primeira publicação rendeu ao perfil mais de 150 likes⁴ e comentários elogiando a iniciativa do projeto, entre eles destacamos o da apresentadora do canal GNT, da Rede Globo, Cecília Boechat.

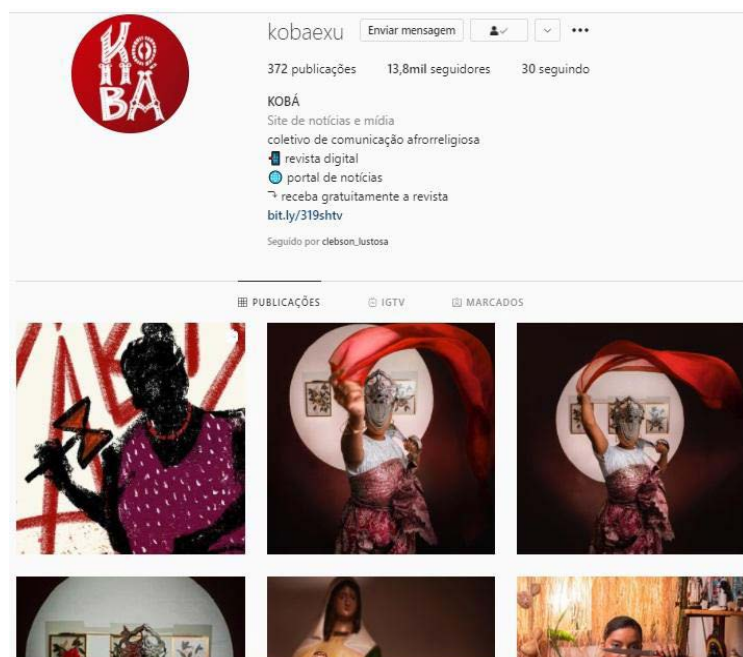
No dia seguinte, 09 de julho de 2020, a postagem trazia a imagem de um Pai de Santo, em posição de reverência e vestido com trajes brancos típicos das religiões de matrizes africanas. Um trecho da legenda do *post* fala: “Recolher para dar vida. Recolher para abrigar o orixá. Recolher para renascer. Em 2020, recolher também para salvar vida”. Aqui, além de uma descrição de um rito de iniciação de passagem a religião, encontramos uma mensagem que, entre linhas, alerta sobre os cuidados contra a Covid19.

No dia 13 de julho de 2020, a jornalista, atriz, poetisa e repórter da BAND TV, Clara Nery, faz um convite aos seguidores da Kobá a acompanharem a coluna assinada por ela na revista e compartilhada no perfil do Instagram. Fora a construção da página com conteúdo de arte e literatura, é pertinente relatar a aproximação do IG com rostos da grande mídia. De uma forma indireta, ou não, essa ação possibilita um aumento no alcance do público da Kobá que passa a tomar conhecimento do trabalho do coletivo.

4 Ato de sinalizar com um botão específico que gostou do que viu, mas que pode ser também só para constar que viu a publicação

Uma das colunas digitais recebe o nome de Ojú Okàn: os olhos do coração. Ela é assinada pela advogada e escritora Thais de Assis. No espaço são compartilhados desenhos e ilustrações com referência a religião, assinados também por um parceiro do perfil, acompanhados de textos reflexivos e sempre com uma mensagem de fé, paz, amor e boas energias. Sentimentos bem presentes dentro da umbanda, no entanto muitas pessoas não sabem. Desconhecem, inclusive, que “o evangelho de Jesus Cristo é uma das suas referências morais por meio de valores como caridade e fraternidade – o próprio Cristo é uma figura de destaque na figura do orixá Oxalá” (MARASCIULO, 2020).

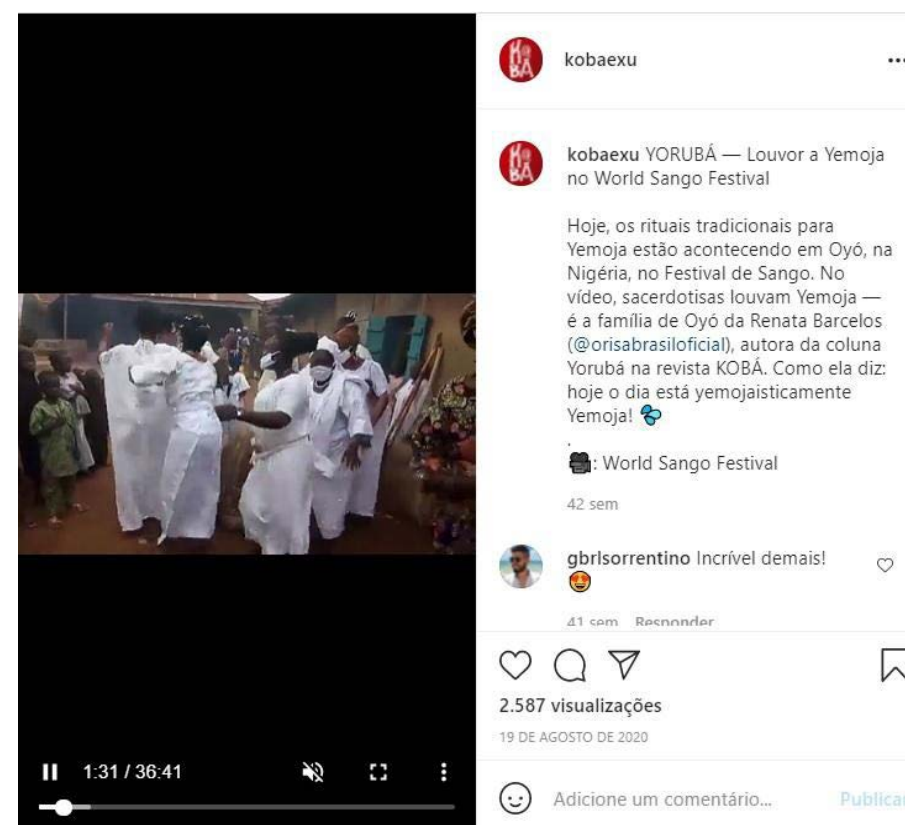
Figura 1 – Perfil da Kobá



Fonte: Acesso no dia 9 jun. 2021 (Koba Exu, 2021)

A Kobá tem 13,7 mil seguidores no Instagram e segue 31 pessoas (esses quase todos colunistas e colaboradores), a grande maioria desse público é constituída por jovens (**Figura 1**). Algo facilmente explicado, diante do número absurdamente maior de pessoas com menos de 29 anos utilizando as novas tecnologias. A internet é habitat natural da nova geração, segundo Wolton (2012, p. 85), eles “encontraram nas novas técnicas um meio de se distinguir da era dos adultos, simbolizada pelo império da televisão”.

Figura 2 - Postagem mostra umbandistas dançando ao som de atabaques em um ritual a Iemanjá



Fonte: Acesso no dia 24 maio 2021 (Koba Exu, 2021)

No dia 19 de agosto de 2020 um vídeo de quase 35 minutos foi postado no perfil, nele é possível ver mulheres e crianças dançando ao som de atabaques (**Figura 2**). A legenda informa que se trata de um ritual tradicional a Yemoja (Iemanjá) que acontecia naquele dia na Nigéria. Um material que dificilmente você iria ver sendo exibido na TV, não só pelo conteúdo, também pelo tempo. As mídias tradicionais trabalham com tempos curtos e apertados dentro de suas respectivas grades de programação. As novas tecnologias e as redes sociais oferecem a umbanda uma veiculação sem essas amarras e limitações. Segundo Wolton (2012), na internet o tempo as vezes não existe, seria uma espécie de espaço-tempo sem duração.

Ainda dentro desta perspectiva, Novaes (2017, p.66) diz que “após anos de exclusão, o advento da internet trouxe a esperança da comunicação global sem limites, e fez com que a umbanda se inserisse no espaço virtual”.

No dia 25 de agosto de 2020, a Kobá fez um *post* com homens tocando em atabaques. Na legenda eles explicam quem são aquelas pessoas dentro da umbanda, o que elas fazem, suas funções. A postagem traz “Ogã” - médium responsável pelo canto e pelo toque dentro dos rituais. Percebemos que, como prometido, a conta no Instagram leva aos seguidores informações dos mais variados – e detalhados – assuntos que permeiam a religião de matriz africana.

Na publicação do dia 17 de setembro de 2020 é possível ver uma foto onde aparece saquinhos com a imagem dos santos São Cosme e São Damião e dentro haviam bombons (**Figura 3**).

No dia 27 de setembro os umbandistas distribuem os doces em celebração aos santos. A postagem traz informações de como essa tradição tem sido atacada, principalmente, por algumas igrejas evangélicas.

Figura 3 - Postagem celebrativa ao dia de São Cosme e Damião



Fonte: Acesso no dia 24 maio 2021 (Koba Exu, 2021)

Segundo a Kobá, falas preconceituosas são espalhadas dizendo que as crianças ficam endemoninhadas se comerem os bombons. Nos comentários pessoas compartilham situações que já passaram dentro deste contexto. Em um deles uma moça de nome Larissa Emilly relatou: “sou católica e tenho a prática de distribuir doces no dia 12 de outubro devido uma promessa que fiz a Nossa Senhora Aparecida, não só eu como muitos devotos de santa fazem isso e muitas mães evangélicas não deixam os filhos pegarem os docinhos. É muito triste isso”.

Além de ser um local de compartilhamento de informações, é possível constatar que a Kobá Exu também é um terreno onde as pessoas que já sofreram algum tipo de preconceito encontram espaço para falar de suas dores e darem sua opinião, de forma livre, sobre o assunto. Segundo Wolton (2012), as novas tecnologias geram um sentimento de liberdade absoluta nas pessoas. Algo que impacta nesse empoderamento dos grupos marginalizados, onde esses gru-

pos a margem de uma sociedade que oprime encontram espaço para construção de debates e hasteamento de bandeiras de luta.

Corroborando para esse pensamento, temos Novaes (2017, p. 70) que diz:

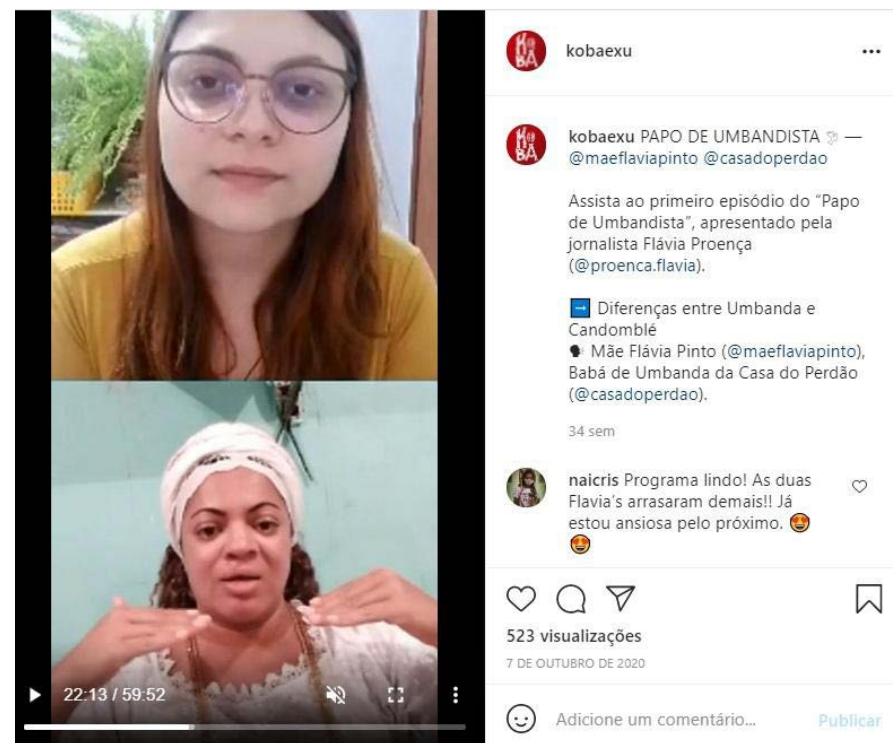
Atualmente, os terreiros e barracões do chamado “povo-de-santo”, integram-se definitivamente a “Era da Informação”, utilizando-se de espaço virtual e seus recursos para aproximar-se não só de seus praticantes, como também potencializar a web como fórum democrático de divulgação e debate de questões pertinentes aos religiosos”.

Como observa-se, a umbanda ocupar a rede virtual é um marco para um diálogo sobre a religião que vai além da troca de vivências e experiências dos membros. É um ato de incluir pessoas de fora deste universo em um espaço de aprendizado e troca de conhecimento aberto, visível e acessível a quem está conectado ao perfil, ou de passagem.

No dia 07 de outubro de 2020 a Kobá estreia o programa “Papo de umbandista” - Lives⁵ apresentadas pela a repórter Flávia Proença (Figura 4). Para o primeiro episódio o coletivo recebeu a socióloga, mestranda em sociologia política, Mãe de Santo e dirigente da Casa do Perdão, Flávia Pinto. Por quase uma hora de bate-papo, Mãe Flávia falou sobre as diferenças entre umbanda e candomblé. Um diálogo que discutiu processos de colonização e descolonização das práticas culturais das religiões de matriz africana até a resistência do povo preto nas comunidades periféricas. “O ciberespaço emerge como um poderoso aliado da modernidade na inserção e veiculação das tradições do povo-de-santo” (NOVAES, 2017, p.71).

⁵ Uma transmissão de vídeo em tempo real

Figura 4 - Live “Papo de Umbandista” realizada pela Kobá Exu



Fonte: Acesso no dia 24 maio 2021 (Koba Exu, 2021)

O *Instagram* conta com várias ferramentas e funcionalidades dentro do aplicativo. Uma delas é o IGTV⁶, uma opção para postar vídeos com uma duração maior do que os 59 segundos que normalmente são permitidos postar do *feed*⁷. Até a última atualização do quadriênio de 2021, o limite máximo de tempo no IGTV era de 60 minutos, ou seja, 1 hora. E a Kobá tem utilizado com frequência este recurso para prover debates e rodas virtuais de conversa, sempre com estudiosos, ativistas e umbandistas. No dia 21 de janeiro de 2021, por

⁶ Sigla de Instagram TV

⁷ É uma interface que reúne todas as publicações do perfil de uma rede social e serve como um resumo do conteúdo que você produz

exemplo, eles postaram um vídeo de 46min39seg sobre intolerância religiosa. O material foi extraído de uma Live realizada no mesmo dia, com a participação do Mestrando em Ciência da Religião e Pai Santo, David Dias e do *Babalawô* Ivanir dos Santos, coordenador de área de pesquisa no Laboratório de História das Experiências Religiosas da Universidade Federal do Rio de Janeiro (LHER/UFRJ).

A Kobá utiliza o espaço na rede e o número de pessoas que acompanham o conteúdo que eles publicam para, também, fortalecer o comércio e divulgar empresas e empreendimentos de produtos ligados à cultura afro. É possível encontrar *posts* de roupas e máscaras de decoração, neste último vários comentários elogiam as peças de argila. Um dos seguidores escreveu “As melhores do mundo. Estão fazendo sucesso aqui na Alemanha”. Ocupar as redes sociais permitiu que a umbanda e toda a cultura que está em sua volta pudesse ser vista e ouvida não só no Brasil, como também além de suas fronteiras. A internet permite em tempo real que as pessoas deem suas opiniões, viagem o mundo sem sair de casa, conseguindo ter acesso facilmente a outras culturas e tudo com um click (WONTON, 2012).

No dia 21 de abril de 2021, semana que comemoramos o Dia do Livro Infantil, uma publicação indicava o livro “Júlia no jardim dos Orixás” de autoria de Thiago Pugliesi. De forma lúdica, a história ensina sobre a cultura da religião umbanda e representativa do povo negro. Já no dia 12 de maio de 2021 a foto postada é da MC Tha. Uma cantora de *funk* que traz na essência do seu trabalho fortes referências a umbanda e feminismo. Literatura e música, duas pautas que poderiam facilmente ser trabalhadas dentro da grande mídia. Na ausência desta ação, a Kobá se coloca no cenário midiático para dar passagem a essas vozes.

3.2 VISIBILIDADE E DEMOCRATIZAÇÃO

A umbanda pode ser considerada, apenas, uma religião de matriz africana, mas poucos sabem que ela é uma religião brasileira, nascida no Rio de Janeiro em 1908. Segundo Lima (2017), a umbanda é uma fusão de crenças, ritos e doutrinas que combina o catolicismo, a tradição dos orixás africanos e os espíritos de origem indígena. Mesmo sendo filhos desta terra, os umbandistas não têm liberdade para demonstrar sua fé e tradições de forma pública sem o medo de receberem olhares tortos, agressões verbais e físicas ou até mesmo mortos.

A Kobá Exu tem sido um espaço livre não só para falar das crenças dessa religião, como uma ponte para pavimentar o terreno de uma sociedade mais informada e consequentemente mais tolerante e menos preconceituosa. As redes sociais têm permitido que esses grupos marginalizados consigam ter suas vozes ampliadas. “As novas mídias permitem a multiplicação dos emissores e possibilitam que qualquer um possa ser visto, lido e ouvido por milhões de pessoas” (SIBILIA, 2016, p. 353). Um pensamento que dialoga com Novaes quando ela diz que “as redes sociais se tornaram uma espécie de mídia difusora de conteúdos e o grande número de conexões proporcionadas pelas redes, pode alcançar muitos usuários” (NOVAES, 2017, p. 87).

Porém, a autora supracitada, na perspectiva da obra o “Show do Eu”, nos apresenta uma rede que não seria tão democrática assim. Que não seria de tão fácil acesso para todos. Prova disso é o número de pessoas que ainda não tem acesso à internet em todo o mundo. De acordo com a autora supracitada, há seis anos descobriu-se que mais da metade da população do planeta, 56,7%, nunca teve contato com a internet. Em um recorte mais próximo a nossa realidade, no

Piauí em 2019 67,3% das residências tiveram acesso à internet, ou seja, quase a metade dos piauienses também não estão conectados, segundo o IBGE (2010).

Diante deste pressuposto, percebemos que dentro desta sociedade supostamente contemporânea e conectada existem pessoas que não geram conteúdo para a rede, que não postam, curtem ou compartilham. Em outras palavras, seja por falta de condição financeira de possuir um dispositivo com acesso à internet, por ter a ferramenta, mas não ter a internet, ou ainda por não ter conhecimento e formação básica para acessar a rede, essas pessoas acabam não consumindo o que é produzido na internet e suas várias plataformas, inclusive o Instagram. Não alimentam também esse ciberespaço com conteúdo individual. Então, para quem a Kobá está produzindo? Será se essa visibilidade de fato é real? A democracia tão almejada para dar passagem a essas vozes está reverberando por onde?

O grande público acaba por ter um acesso mais fácil a mídias tradicionais como a TV, por exemplo. Espaços onde a religião umbanda e grupos marginalizados não tem vez e as vozes não são reconhecidas. Ficando a população com as histórias passadas ou silenciadas pela grande mídia dessas narrativas. Somando a isso, encontramos pessoas que as vezes tem acesso à internet, mas com uma qualidade bem abaixo do ideal. Dificultando, inclusive, um simples carregamento do *feed* no *Instagram*, uma vez que o aplicativo é pesado e demanda um sinal bom de internet. Além disso, falta maturidade digital em algumas pessoas, ou seja, ausência de domínio das ferramentas tecnológicas. Como já mencionado anteriormente, muitos ainda estão à margem, são marginalizados, deste mundo em rede e conectado.

A promessa de uma sociedade livre em rede não é de hoje, é só voltarmos alguns anos que vamos encontrar esse mesmo discurso

de que chegou a hora de você falar e de ocupar esse espaço “democrático”. Só que para isso se tornar real é preciso que as pessoas consigam ter acesso. Nesse contexto, Wolton (2016, p. 105) diz que “as novas tecnologias não anulam a defasagem, quase ontológica, que é a fonte da liberdade humana e social em toda situação de comunicação”.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em virtude dos aspectos apresentados e discutidos, neste artigo, chega-se às considerações finais de que a Kobá se apropria do Instagram de uma forma quase que pedagógica. A metodologia adotada pelos administradores vai além dos simples *posts* aleatórios com informações da religião. O conteúdo carrega traços educacionais e de formação de consciência cultural dos seguidores, ou de internautas que simplesmente passam pelo perfil.

Neste cenário, a Kobá consegue criar um espaço de visibilidade da religião de matriz africana, construindo um espaço democrático para essas vozes falarem sobre sua fé, crenças e tradições. Assim como evidenciar e denunciar situações de preconceito contra a umbanda, ao tempo em que traz informação e conhecimento para que seja possível a formulação de novas opiniões, até então, muitas vezes, errôneas e carregadas de estigmas e estereótipos.

Constatou-se que muitos dos que seguem o perfil são umbandistas e/ou pessoas que simpatizam com a cultura da religião. Nos levando a questionar o alcance dessa visão e democracia. Existem fortes indícios de que a Kobá dialoga com o seu universo, dentro de uma bolha. No entanto, é perceptível o potencial de alcance do *Instagram* para chegar e atrair novos participantes para esse ciberespaço. “As novas tecnologias constituem incontestavelmente um espaço

de abertura, um faroeste, uma referência à utopia. E essencialmente que se preserve isso” (WOLTON, 2012, p. 84).

Ao final retomamos a pergunta: As tecnologias digitais podem ser uma alternativa de mídia para construir espaços de discussão, mobilização e veiculação de informações das minorias? A Kobá Exu prova que sim!

REFERÊNCIAS

ARQUIVO NACIONAL. **Artigo 157**. Rio de Janeiro, 17 set. 2019. Disponível em: <http://querepublica.eessa.an.gov.br/temas/68-historia/176-artigo-157.html>. Acesso em: 21 maio 2021.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Ed. 70, 2011.

FANTINATO, Marcelo. **Métodos de pesquisa**. São Paulo: EDUSP, 2015. Disponível em: <https://atualiza.aciaraxa.com.br/ADMarquivo/arquivos/arquivo/M%C3%A9todos-de-Pesquisa.pdf>. Acesso em: 20 maio 2021.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projeto de pesquisa**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2014.

GNIPPER, Patrícia. A evolução das redes sociais e seu impacto na sociedade – Parte 3. **CanalTech**, São Paulo, v. 13, 2018. Disponível em: <https://canaltech.com.br/redes-sociais/a-evolucao-das-redes-sociais-e-seu-impacto-na-sociedade-parte-3-109324/>. Acesso em: 20 maio 2021.

IBGE. **Amostra/Religião**, 2010. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pi/pesquisa/23/22107>. 12 dez. 2021.

LIMA, Sabrina Verônica Gonçalves. **As faces da umbanda no Piauí: políticas, festas e criminalidade (1960-1978)**. 2017. 153 f. Dissertação (Mestrado em História do Brasil) – Universidade Federal do Piauí, Teresina-PI, 2003. Disponível em: <https://repositorio.ufpi.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/799/AS%20FACES%20DA%20UMBANDA%20NO%20PIAU%C3%8D%20Pol%C3%ADtica%2C%20festa%20e%20criminalidade.pdf?sequence=1>. Acesso em: 24 maio 2021.

tação (Mestrado em História do Brasil) – Universidade Federal do Piauí, Teresina-PI, 2003. Disponível em: <https://repositorio.ufpi.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/799/AS%20FACES%20DA%20UMBANDA%20NO%20PIAU%C3%8D%20Pol%C3%ADtica%2C%20festa%20e%20criminalidade.pdf?sequence=1>. Acesso em: 24 maio 2021.

KOBA EXU. **Kobá**: coletivo de comunicação afrorreligiosa. [s. l.], 09 jun. 2021. *Instagram*: @kobaexu. Disponível em: <https://www.instagram.com/kobaexu/>. Acesso em: 23 ago. 2021.

MALINI, Fábio. **Internet é uma máquina que potencializa minorias**. Entrevista Especial com Fábio Malini. Instituto Humanitas Unisinos, 2017. Disponível em: <https://www.ihu.unisinos.br/159-noticias/entrevistas/566559-internet-e-uma-maquina-que-%20potencializa-minorias-entrevista-especial-com-fabio-malini>. Acesso: 21 maio 2021.

MARASCIULO, Marília. Umbanda: 5 pontos para conhecer a religião brasileira. **Revista Galileu**, nov. 2020. Disponível em: <https://revistagalileu.globo.com/Sociedade/noticia/2020/11/umbanda-5-pontos-para-conhecer-religiao-brasileira.html>. Acesso: 21 maio 2021.

MARCONI, Marina de Andrade.; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas 2003.

NAVAES, Bruna Alves. **A umbanda e seu novo espaço: terreiro virtual** – estudo de caso. 2017. 121 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Religião) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufjf.br/jspui/bitstream/ufjf/5704/1/brunaalvesnovaes.pdf>. Acesso em: 20 maio 2021.

PEREIRA, Gisele. Racismo, subtexto da intolerância religiosa. **Carta Capital**, 2018. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br>.

com.br/blogs/dialogos-da-fe/racismo-subtexto-da-intolerancia-religiosa/ Acesso em: 25 maio 2021.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez, 2013. *E-book*.

SIBILIA, Paula. **O Show do eu**: a intimidade como espetáculo. 2. ed. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

SILVA, Willian Ricardo Rotta *et al.* **Valores intoleráveis**: a realidade da umbanda em Florianópolis. 2018. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/189492/PROJETO%20TCC%20-%20VERS%c3%83O%20FINAL.pdf?sequence=2&isAllowed=y>. Acesso em: 25 maio 2021.

SORRENTINO, Gabriel. Trabalho dos influenciadores da vida real. *In*: MIQUELETTTO, Maria. **A nova influência**. 2021. Disponível: <https://topview.com.br/self/a-nova-influencia/>. Acesso em: 12 dez. 2021.

VAIDAPÉ. O que é a Vaidapé? São Paulo: [s. e.], [20--?]. Disponível em: <http://vaidape.com.br/sobre/>. Acesso em: 20 maio 2021.

VIANELLO, L. **Pesquisa científica**. UFSCAR. EaD. 2014.

WOLTON, Dominique. **Internet e depois? Uma teoria crítica das novas mídias**. Tradução de Isabel Crossetti. 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2012.

Autoria

Clebson Lustosa Brandão Lima

Jornalista e Relações Públicas, Especialista em Docência do Ensino Superior. Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação/PPGCOM - UFPI. E-mail: clebsonlustosa@gmail.com. ORCID: 0000-0002-6273-9586.

Samantha Viana Castelo Branco Rocha Carvalho

Jornalista. Doutora em Comunicação Social pela Universidade Metropolitana de São Paulo (UMESP). Advogada. Especialista em Direito Tributário pela Universidade Anhanguera - UNIDERP. Professora Titular da Universidade Federal do Piauí (UFPI), com atuação no Curso de Comunicação Social – Jornalismo e no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM). E-mail: samanthacastelo@gmail.com. ORCID: 0000-0001-8492-0557.