



Método cartográfico-crítico para análise de artefatos da cultura pop a partir da área de ciências da religião e teologia

Cartographic-critical method for pop culture artifacts analysis in religious studies and theology

Iuri Andréas Reblin*

Resumo: Este estudo se concentra em apresentar uma proposta metodológica para a hermenêutica de objetos e interesses da área de ciências da religião e teologia em artefatos da cultura pop, a partir de uma pesquisa bibliográfica exploratória qualitativa em relação aos procedimentos metodológicos. Para tanto, se desdobra em quatro pontos: os agenciamentos da cultura pop, as características dos artefatos da cultura pop a partir das dinâmicas de suas narrativas, as convergências entre cultura pop e religião e o método cartográfico-crítico como possibilidade de hermenêutica de artefatos da cultura pop. O estudo indica, a partir das características gerais da cultura pop e sua proximidade com a religião, que o método lança um olhar tridimensional à cultura pop e pode servir de referência para estudos da área sobre o fenômeno religioso nestas produções.

Palavras-chave: Cultura pop e religião. Método cartográfico crítico. Hermenêutica.

Abstract: This study focuses on presenting a methodological proposal for the hermeneutics of objects and interests in religious studies and theology in pop culture artifacts from a qualitative exploratory bibliographic research regarding methodological procedures. Therefore, this study is divided into four points: the agency of pop culture, the characteristics of pop culture artifacts, from the dynamics of their narratives, the convergences between pop culture and religion, and the cartographic-critical method as a possibility of a hermeneutics of pop culture artifacts. The study indicates that based on the general characteristics of pop culture and its proximity to religion, the method takes a three-dimensional look into pop culture and can serve as a reference for studies on the religious phenomenon in these productions.

Keywords: Pop culture and religion. Cartographic-critical method. Hermeneutics.

Introdução

A cultura pop é um dos principais fenômenos culturais de nosso tempo. Ela está enraizada no cerne de um conjunto muito complexo de sistemas que perfazem a vida humana: os trâfegos de sentido, os trânsitos e os intercâmbios culturais, a economia, a globalização, o mercado, os meios de comunicação, as indústrias culturais e as indústrias criativas, a criação artística etc., o que, por consequência, acaba incidindo diretamente na forma como nós, seres humanos, em nossos diferentes contextos, nos organizamos cultural, política e socialmente, como participamos da vida social, como interagimos

* Docente nos PPG da EST (São Leopoldo-RS). Doutor em Teologia pela EST. ORCID: 0000-0002-0921-6030 – contato: reblin_iar@yahoo.com.br

virtualmente e fisicamente, como cremos e compartilhamos nossas experiências religiosas, como projetamos nosso futuro, como e sobre o que pensamos acerca de nós mesmos, a vida e o mundo, como nós consumimos determinados bens, artefatos, símbolos, sentidos etc.. Enfim, em síntese, a cultura pop é cultura. E, como atestou Clifford Geertz (1989) seguindo a definição de Max Weber, a cultura é uma teia de significados que possibilita a vida humana com suas tessituras, suas vicissitudes, seus emaranhamentos e seus regulamentos, de modo que a vida humana é inconcebível à parte da cultura.

Claro que a cultura pop possui suas particularidades em relação às culturas em geral e variações de um contexto a outro. Também é claro que sua gênese está atrelada a dinâmicas relacionadas à organização industrial de nossa sociedade e ao capitalismo tardio. Como conceito, a cultura pop escapa às amarras semânticas que teorias buscam imprimir a seus fenômenos, dadas também sua contemporaneidade e sua evolução contínua. Enquanto objeto de estudo e análise, a cultura pop tem sido pauta crescente de inúmeras pesquisas em academias de todo o mundo, de modo que se torna complicado delimitar um estado de arte da discussão ou sintetizar um conceito que dê conta de suas características mais gerais, dada sua efervescência atual tanto como fenômeno quanto como objeto de estudo. Ainda assim, se nós fôssemos buscar alguns contornos capazes de desenhar um sentido mais ou menos acurado àquilo que podemos compreender sob a égide de “cultura pop”, sobretudo, a partir de teóricos que tem se ocupado com o termo (Jenkins, 2009; Kellner, 2001; Sá, Carreiro e Ferraraz, 2015; Martel, 2012; Jenkins, McPherson e Shattuc, 2002; Martín-Barbero, 2015, Jenkins, Green e Ford, 2014; Jenkins, 2015; Werner, 2018), nós poderíamos afirmar o seguinte: a cultura pop é um conjunto de bens, artefatos, símbolos, códigos, narrativas, práticas, comportamentos, ideias, leituras e visões de mundo produzido, gestado e articulado a partir de uma indústria cultural criativa. Portanto, engendrado a partir da lógica de mercado, produzido, potencializado e propagado por meio de mídias de massa sob o prisma do entretenimento, visando o engajamento de um público amplo (*mainstream*). A cultura pop traduz narrativas, experiências, valores, visões de mundo em práticas de consumo, performances de gosto, transfigurações de identidade. Como fenômeno, a cultura pop agencia narrativas transmídias, subjetividades, memórias afetivas, experiências sensoriais por meio de artealização (Lipovetsky e Serroy, 2015), convergências culturais midiáticas por meio de agenciamentos entre indústria, mídia e participação da pessoa do fã, que assimila, se apropria, interfere e retroalimenta a própria cultura pop, interagindo diretamente com os demais agentes envolvidos.

O impacto social global é mensurado por meio de uma infinidade de artefatos que se desdobram em *merchandisings* e *royalties*, produtos *tie-in* (Martel, 2012), baseados, sobretudo, em narrativas transmídias, que também sofrem um processo de crossmídia, visualmente percebidas pelas produções cinematográficas franqueadas, mas também refletidas em games, animações, determinados ícones da música e, claro, das histórias em quadrinhos. Uma narrativa transmídia própria da cultura pop é sempre capaz de conquistar uma espécie de cidadania no mundo real, aqui em contraponto ao mundo ficcional, conforme indicou Umberto Eco (2008) acerca de certos perfis de personagens ficcionais, e de interagir diretamente com uma audiência engajada (aquilo que é chamado de cultura da participação, que adquire expressão na cultura de fãs). A cultura

pop é um fenômeno cultural que, justamente por seu alcance e sua arquitetura de alta persuasão, sobretudo por conta da dinâmica entre seus agentes e seu poder de adaptação e atualização, influencia gostos, cria tendências, comportamentos e práticas de consumo, estabelece linguagens, transmite valores e visões de mundo, atíça a subjetividade e estimula a participação. A cultura pop é globalizada, midiaticizada, participativa e, como tal, provoca um tráfego simbólico entre diferentes contextos, com ações de sobreposição, incorporação, apropriação, adaptação, transformação, uso de sentidos (Reblin, 2008, p. 77s).

E é aqui que emerge a pergunta a partir da área das ciências da religião e teologia: Como analisar artefatos, narrativas transmídias, práticas da cultura pop a partir da área das ciências da religião e teologia? Como uma área do saber que pertence à grande área das ciências humanas, a partir de seu enfoque específico – o fenômeno religioso, suas linguagens, suas experiências, suas tradições, suas teologias etc. – pode contribuir para uma hermenêutica da cultura pop? Quais seriam as ênfases e as prioridades de seu estudo? Qual seria seu instrumento de leitura e análise capaz de respeitar os bens da cultura pop sem mutilar os agenciamentos que fornecem uma perspectiva tridimensional a esses bens? Essas perguntas podem ser condensadas numa pergunta mais ampla, mas nem por isso mais superficial, como problema desta pesquisa: como analisar artefatos da cultura pop a partir das ciências da religião e da teologia?

E é nessa direção que se estabelece o objetivo deste estudo: a partir das características gerais da cultura pop, delinear e apresentar uma proposta metodológica para uma leitura e uma análise de objetos e interesses da área de ciências da religião e teologia em artefatos da cultura pop. Nessa direção, este estudo se configura como um estudo de natureza básica e aplicada, sendo qualitativo do ponto de vista da abordagem do problema, exploratório do ponto de vista dos objetivos, e bibliográfico em relação aos procedimentos técnicos, seguindo a classificação proposta por Gil (2014).

A hipótese de trabalho parte da reflexão de estudos já publicados na área (Reblin, 2008; 2014; 2015; 2016; e, sobretudo, em Reblin, 2020) a partir da proposta de adaptação do método histórico-crítico utilizado na hermenêutica de textos sagrados para a análise de narrativas da cultura pop (chamado de *método cartográfico-crítico*) como aparato metodológico instrumental. Para tanto, este estudo se desdobra em quatro pontos: os agenciamentos da cultura pop, as características dos artefatos da cultura pop, a partir das dinâmicas de suas narrativas, as convergências entre cultura pop e religião e o método cartográfico-crítico como possibilidade de hermenêutica de artefatos da cultura pop.

Os agenciamentos da cultura pop

Se a cultura pop, como um todo, é bastante plural e difícil de ser caracterizada sem ser substancialmente generalizada, seus artefatos mais expressivos podem ser agrupados em produções audiovisuais (cinema, animações, séries de TV, novelas), músicas, histórias em quadrinhos, romances (sobretudo, de fantasia), games e jogos de RPG (*Role-Playing Game*). Claro que nem toda música, quadrinho, filme ou jogo integra aquilo que é cultura pop. Não é por ser uma história em quadrinhos que é cultura pop, da mesma forma como

não é possível afirmar que todo filme ou toda série de TV é cultura pop, ou mesmo que determinados gêneros narrativos sejam próprios da cultura pop. Embora a premissa da cultura pop gravite em torno da indústria, do mainstream, do consumo, do entretenimento, no final das contas, o que define um produto como pertencente à cultura pop é a participação e o engajamento de sua audiência. Expresso de outra maneira ainda, o que define um produto como pertencente à cultura pop é seu grau de penetração e enraizamento numa espécie de memória coletiva massiva e o grau de perduração nesse enraizamento. Convém salientarmos aqui que o produto elementar da cultura pop, a partir do qual suas variações são geradas e suvenires são comercializados, não é um produto material – muito embora ele se articule em uma materialidade em função simbólica –, mas uma narrativa, uma experiência, alastrante, penetrante, imersiva de tal modo que é capaz de se alojar nas memórias afetivas individuais de fãs que se organizam coletivamente. Essas características dessas narrativas e dessas experiências podem ser condensadas no conceito de *transmídia*, tal como desenvolvido por Jenkins (2009; 2010).

Nessa direção, os artefatos (quadrinhos, livros, filmes, games, brinquedos, figuras de ação, suvenires etc.) são detentores de uma função simbólica fundamental que atua na conexão das narrativas às subjetividades da audiência, as quais são alimentadas por práticas e performances que, por sua vez, retroalimentam a indústria, estimulando a criação de novos produtos, novas narrativas, injetando capital nos cofres dessas indústrias. De todo modo, por mais que a indústria já planeje e estruture seus bens a partir de princípios da *transmídia*, visando estratégias persuasivas de venda e de consumo, é o engajamento e a participação da audiência que vai fechar o circuito que faz a cultura pop funcionar.

O retrato da maior convenção brasileira de cultura pop é um exemplo disso: de um lado, as pessoas que participam do evento são mobilizadas a ter experiências e um movimento de revitalização de memórias afetivas por meio da conexão simbólica que há entre as referências da cultura pop (um artefato, um produtor, uma empresa, um ator ou uma atriz) que canalizam e personificam sentidos. Há pessoas capazes de esperar cinco horas para ter cinco segundos de contato com o ator da série preferida (de Hollywood), por uma foto autografada, por uma memorabilia. É possível perceber nesse movimento uma busca por um sentido, mas que sentido seria esse? O que está, no final das contas, em jogo nesse engajamento da pessoa fã, simpatizante ou mesmo curiosa? De outro lado, entretanto, é possível perceber a pressão massiva das dinâmicas de mercado em ação. Filas intermináveis para comprar produtos, brincar em jogos simples, ganhar brindes como pôsteres e canecas de plástico, tudo com o intuito de manter o fluxo de capital girando, que responde não apenas por meio da oferta de produtos diversos, mas de um exercício de escuta e interação com a comunidade de fãs. Claro que a pergunta sobre os agenciamentos que mobilizam a participação é pertinente para ser posta em pauta. Afinal, por um lado, tudo é cuidadosamente arquitetado para possibilitar o engajamento, o consumo, mesmo que, por outro lado, esse engajamento acabe assumindo formas que fogem ao controle de seus agentes catalizadores. De todo modo, dentro desses tensionamentos multifocais, é nessa direção que o *slogan* “vai ser épico”, relacionado à maior convenção brasileira de cultura pop, traduz com precisão o que cultura pop significa para as comunidades de fãs, para a mídia, para a indústria.

A pesquisa de Jenkins mudou a ideia de fã para alguém que persegue partes da cultura existente e cria interpretações alternativas e construções individuais a partir dela. Para ele, os leitores não são simplesmente “caçadores”; eles também são “nômades”; afinal, estão sempre em movimento, em constante avanço em relação a outros textos, apropriando-se de novos materiais, criando novos significados (Becko, 2019, p. 69)

Todas essas considerações revelam múltiplas abordagens para a leitura e a análise da cultura pop a partir da área das ciências da religião e teologia. Afinal de contas, em que medida as narrativas da cultura pop não se articulam por meio de símbolos e mitos das religiões? Até que ponto não há uma inflexão de sentido religioso (Reblin, 2015) nas narrativas da cultura pop? Qual é a importância e qual é o lugar da materialidade da cultura pop e da memorabilia no mapeamento do *fandom*? Qual é o senso de comunidade construído, articulado e mantido pelo *fandom*? Quais são os elementos (religiosos) que compõem os processos rituais do *fandom* (Reblin; Becko, 2019) na participação em eventos? Como se define a participação do fã nas práticas de consumo da cultura pop? Em que medida o engajamento do fã não reflete uma prática religiosa? De que forma a religião se apresenta e é representada nos artefatos da cultura pop? Quais são, afinal de contas, o conteúdo, o tropo, os mitemas que compõem as narrativas transmídia da cultura pop? Essas narrativas poderiam ser uma releitura de estruturas míticas? Esses questionamentos ilustram as potencialidades de leitura e análise da vida social cotidiana, suas formas e suas dinâmicas de organização, por meio do estudo de artefatos da cultura pop a partir da área e de pontos de interesse da área de ciências da religião e teologia. Nessa direção, o foco deste estudo reside justamente no produto elementar da cultura pop: as narrativas.

Características dos artefatos da cultura pop: as dinâmicas de suas narrativas

Sugerimos anteriormente que o produto elementar da cultura pop é um produto imaterial que se traduz em materialidades em funções simbólicas, uma narrativa. Há naturalmente outros produtos na miscelânea da cultura pop, mas todos eles, em algum momento, se deparam com uma narrativa. E nem sempre o movimento acontece da narrativa a determinado item. O inverso também é válido: de brinquedos aos quais são atribuídas narrativas para serem comercializados. Além disso, há o movimento em torno de celebridades e outras práticas que acabam sendo associadas à cultura pop, cujas narrativas (ficcionais ou não) operam em outra ordem e são alimentadas por diferentes agentes. De todo modo, o enfoque desta pesquisa reside diretamente nas narrativas ficcionais enquanto recorte de análise. E a pergunta aqui é: quais são as características dessas narrativas da cultura pop? Resposta: linguagem, produto cultural e expressão artística. Esses são, a meu ver, os elementos indelévels dos artefatos da cultura pop aos quais a hermenêutica e o estudo acadêmico precisam estar atentos.

A primeira característica indelével é a linguagem. Cada artefato possui uma linguagem específica, uma gramática própria, que interage com outras linguagens formando outras configurações dentro de um mesmo grupo linguístico. A ideia da existência de um idioma oficial diante de uma pluralidade de dialetos e regionalismos desse idioma

pode ilustrar essa dinâmica. Quadrinhos são uma linguagem, cinema é uma linguagem que possui suas variações e particularidades diante de outras produções audiovisuais e a cultura pop reúne essas linguagens em torno de uma dinâmica mais ou menos comum arquitetada por uma indústria e praticada por uma comunidade que cria suas próprias gírias, suas subversões, seus neologismos, suas ressignificações e suas apropriações por meio de “shipagens”, “fanfics”, criação de “memes” e outras formas de envolvimento. Portanto, para se debruçar sobre qualquer artefato da cultura pop é imprescindível conhecer suas linguagens.

Afirmar que a cultura pop é um arcabouço de linguagens que conversam entre si, que se interpenetram significa afirmar que a cultura pop (e seus artefatos) lida com signos, símbolos e, por meio deles, partilha um universo de sentido. Ao ser uma linguagem, a cultura pop e seus artefatos provêm maneiras pelas quais as pessoas interpretam o mundo e dão sentido às coisas. Ao ser uma linguagem, eles mesmos também se tornam uma leitura de mundo. Ao ser uma leitura de mundo, a cultura pop e seus artefatos fornecem “uma organização do mundo a partir dos valores que são atribuídos a coisas, experiências, situações e relações” (Reblin, 2020, p. 12). Logo, um dos desafios da hermenêutica sobre a cultura pop é compreender essas linguagens, suas gramáticas, seus signos, os contextos dos quais se originam e para os quais se dirigem.

Para que o circuito da cultura pop se feche e ela funcione como força motriz social, é necessário que as pessoas participantes de seu sistema (a indústria, a mídia, os fãs, o público consumidor) participem de um mundo comum no qual suas ações e suas interações se desenrolarão. O mundo da cultura pop não existe à parte da sociedade e da realidade, na verdade, se sustenta nela, num agir comunicativo constante.

É na linguagem e por ela que o homem se constitui como sujeito, dado que, somente ao produzir um ato de fala, ele constitui-se como *eu*. *Eu* é aquele que diz *eu*. O *eu* existe por oposição ao *tu*. Dessa forma, o *eu* estabelece uma outra pessoa, aquela à qual ele diz *tu* e que lhe diz *tu*, quando, por sua vez, toma a palavra. A categoria de pessoa é essencial para que a linguagem se tome discurso.

Como a pessoa enuncia num dado espaço e num determinado tempo, todo espaço e todo tempo organizam-se em torno do “sujeito”, tomado como ponto de referência. Assim, espaço e tempo estão na dependência do *eu*, que neles se enuncia. O *aqui* é o espaço do eu e o agora é o momento da enunciação. A partir desses dois elementos, organizam-se todas as relações espaciais e temporais.

Como a enunciação é o lugar de instauração do sujeito e este é o ponto de referência das relações espaço-temporais, ela é o lugar do *ego*, *hic et nunc* (Fiorin, 2010, p. 163, grifos no original).

Assim sendo, o contexto exerce um papel fundamental na compreensão de uma narrativa. No entanto, para se compreender esse contexto há de se considerar o segundo elemento indelével dos artefatos da cultura pop: sua constituição como um produto cultural. Observar determinado artefato da cultura pop como um “produto cultural” implica reconhecer que ele integra o conjunto de bens de uma sociedade.

Um artefato da cultura pop é produzido industrialmente, comercializado e consumido. Isso significa que ele é planejado, é construído e vendido visando atender a uma demanda (que pode ser pragmaticamente existente ou pode ser criada por meio de estratégias de *marketing*) e gerar lucro. Artefatos que não atendem ou não constroem um apelo popular são descontinuados ou são retrabalhados e reintroduzidos por meio

de uma nova roupagem mais tarde. O exemplo de séries de TV que são mantidas para além do arco narrativo originalmente planejado por causa de sua audiência e se desgastam até a perda de sua audiência é uma ilustração disso.

Agora, o fato de seu produto elementar ser uma narrativa torna a dinâmica de produção, e a relação desta com o consumo, muito mais fluida, porque se inserem aí os sentidos e significados que permeiam o contexto, que se fazem presentes na sociedade, e as subjetividades, os afetos no exercício de criação de expressões, iconografias e videografias memoráveis: o voo das crianças com o E.T. de bicicleta com a lua cheia ao fundo, o beijo do Homem-Aranha e da Mary Jane sob a chuva, a expressão “Santa (alguma coisa)” do Robin etc. Os artefatos da cultura pop tem a ver com a “materialidade dos (des)afetos” (Reblin, 2020, p. 15). Como afirmamos anteriormente, o artefato da cultura pop é (ou, ao menos, tem o intuito de ser) uma narrativa, uma experiência, alastrante, penetrante, imersiva de tal modo que seja capaz de se alojar nas memórias afetivas individuais de uma coletividade. Logo, para se analisar a dinâmica existente entre produção e consumo atrelada a uma indústria inserida em uma sociedade na perspectiva da cultura pop, precisamos atentar para três contextos: o contexto de produção, que podemos subdividir em “contexto de produção estrito, ou contexto interno”, o “contexto de produção externo, que seria o ‘contexto em si’” e o contexto de mercado (Reblin, 2020, p. 17).

O contexto de produção interno se refere às dinâmicas internas da indústria no processo de produção de artefatos culturais. Ele se refere às decisões estratégicas e políticas, ao estudo de marketing, às pessoas responsáveis pelo processo criativo, à gerência do processo criativo etc. O contexto de produção externo seria o contexto em si ligado de uma maneira mais direta à indústria. Mesmo com pretensões e agendas globais, a indústria parte de um contexto político, econômico, social, histórico e religioso que fornecerá tropos narrativos, enredos, demandas de ordens diversas que a indústria buscará corresponder de maneira mais direta. Por fim, o contexto de mercado pode ser compreendido tanto localmente quanto globalmente. Ele não se refere à apresentação das demandas, mas à recepção do que é produzido, comercializado. A esses contextos é necessário acrescentar a questão da intencionalidade. A indústria cultural criativa opera sempre a partir de uma intencionalidade, visando catalisar ao máximo as receitas que seus produtos possam gerar. Tudo é arquitetado para evocar específicas emoções, reiterar determinados valores e visões de mundo, reforçar moralidades, “passar uma mensagem”, mas, ao final de tudo, se trata de um movimento de que o artefato, a narrativa, seja bem recebida, seja aceita pela audiência, seja capaz de mobilizar o *fandom*, de criar ou de estimular a criação de comunidades de pertencimento e, durante todo esse processo, de gerar lucro e garantir o salário no final do mês.

Por fim, por mais que um determinado artefato da cultura pop – e, aqui, referindo-se especialmente às narrativas – seja pensado a partir de uma lógica de mercado e das demandas oriundas de um contexto (quer seja esse contexto interno – da própria necessidade da indústria em inserir produtos novos no mercado – quer seja esse contexto externo – do contexto no qual essa indústria está inserida e para o qual ela se destina), ele não se exime de um potencial artístico, mesmo que carregue um grau de *kitsch*, compreendido aqui não em seu sentido clássico de “obra de arte diluída e despida de sua

grandeza, mas com pretensões de manter seu status de grande arte” (Caldas, 1986, pp. 8-9), mas sim como coeficiente crítico da arte que serve “para aferir o grau de esteticidade ou de mercantilidade de um objeto” (Maranhão, 1988, p. 113). Assim, toda produção artística contemporânea possui um potencial artístico e um potencial mercadológico implicado. Nessa direção, a exploração do potencial criativo e artístico relacionado a determinado artefato da cultura pop dependerá muito das dinâmicas entre a produção (os interesses da produção executiva, a liberdade criativa das pessoas que trabalham na produção etc.) as demandas coletivas da sociedade, o compromisso mercadológico etc. E essas características incidem diretamente na forma como os elementos relacionados à religião se encontrarão presentes nesses artefatos.

Convergências entre cultura pop e religião

E aí chegamos à pergunta: em que pontos cultura pop e religião convergem? E a resposta reside de forma mais direta em três elementos principais: nos artefatos (narrativas), nas relações que são estabelecidas entre fãs e bens da cultura pop e nas práticas de fãs. Um estudo realizado por Iuri Andréas Reblin e Larissa Tamborindenguy Becko (2019) sugeriu que o movimento reverencial do fã e suas práticas de consumo organizadas em três dimensões – materialidades, comunidades e espaços – traduzem uma atitude, um comportamento, uma relação de devoção (ora de maior, ora de menor intensidade), de pertencimento por meio de processos rituais e espaços de celebração.

Esse é realmente um ponto válido que merece ser estudado a fundo na área de ciências da religião e teologia, com um cuidado, entretanto: o perigo de estudos da área reside sempre na tentação de se lançar um olhar viciado aos fenômenos culturais tentando enxergar religião em tudo, ou potencialidades teológicas latentes em tudo. Como veremos logo mais adiante, essa tendência de ordem mais didática ou pastoral que científica não deixa de ser válida para determinados fins. Entretanto, como área de saber que, dentre outros compromissos com a sociedade e com o conhecimento, tem como tarefa primeira compreender a realidade para daí construir saberes, emitir juízos, qualificar a vida, como sugeriu Boaventura de Sousa Santos (2004), o desafio primeiro é olhar para determinado objeto social e buscar entendê-lo a partir de suas dinâmicas operacionais próprias dentro de seu local de vivência. Esse cuidado vale não apenas para a área de ciências da religião e teologia, mas para toda área e toda pessoa estudiosa que, com entusiasmo, acaba, “sem querer, querendo”, forçando sua interpretação diante das evidências.

Outro estudo (Reblin, 2016) se ocupou com um artefato em especial da cultura pop (as histórias em quadrinhos) para delinear pontos de intersecção entre esse produto artístico-cultural e a religião (compreendida aqui em sentido lato: sistema de crenças, instituição religiosa, experiência etc.). Desconsideradas as particularidades do estudo, suas proposições servem para identificarmos as convergências entre cultura pop e religião a partir de seus artefatos, em especial, a partir de suas narrativas.

Como linguagem, produto cultural, expressão artística, as narrativas apresentam e são representações do mundo humano real, material, simbólico, virtual. Elas traduzem

leituras e visões de mundo e, com elas, a experiência religiosa. Isso porque a religião é parte do mundo humano, de modo que não existe religião à parte desse mundo (Geertz, 1989). A religião como sistema cultural, simbólico, como instituição, como experiência, emerge como uma espécie de extensão de mundo, extensão de corpo, a partir do fato humano de nascer, estar, viver, interagir, amar e morrer neste mundo (Alves, 2005). Nessa direção, toda narrativa que busca de alguma forma traduzir saberes, experiências em memórias, em testemunhos, em história, acaba, por algum momento, apresentando, representando o fenômeno daquilo que entendemos, dentro de certa abrangência, como religião. E, desse modo, o estudo apresenta três pontos de intersecção entre histórias em quadrinhos e religião, que aqui adaptamos para o espectro da cultura pop: a) a questão da *produção religiosa*, produzida ou apoiada por uma instituição, com um compromisso com uma identidade religiosa, isto é, com um objetivo confessional; b) a questão da presença de *temas reconhecidamente religiosos*, como tropo narrativo ou elemento da narrativa (central, periférico, contextual, discursivo, iconográfico etc.), sujeito ao interesse da narrativa e decorrente de uma teologia do cotidiano; e, por fim, c) a questão da *expressão do universo simbólico e de sentido*, que, na verdade, não chega a ser um ponto direto, mas um ponto indireto sujeito à hermenêutica, à medida que narrativas podem trazer à tona pautas da área de ciências da religião e da teologia (justiça, alteridade etc.) que atravessam diversas áreas do saber, sobretudo, as relacionadas às humanidades (Reblin, 2016).

Do cuidado já mencionado que temos que ter como cientistas, esse terceiro ponto de intersecção é o que requer mais cuidado na análise de conteúdo, de discurso, das variáveis que compõem o estudo científico. Os temas transversais são, por natureza, tridimensionais, pluridimensionais, e o desafio reside em analisar esses temas pelo que eles apresentam, verificando aferições, pontos de aproximação e distanciamento às particularidades dos objetos diretos de cada área. De todo modo, esses pontos de intersecção já indicam as principais convergências entre religião e cultura pop a partir de seus artefatos, de suas narrativas: a produção e suas dinâmicas, o produto e sua construção e o produto e seu lugar nas dinâmicas de consumo. E o fio condutor entre esses reside na intencionalidade: intencionalidade de produção, intencionalidade da narrativa e a intencionalidade de consumo. Nessas duas primeiras, que estão voltadas aos artefatos de maneira mais direta, por assim dizer, isso é muito importante, porque um filme, por exemplo, até estar pronto para ser exibido no cinema, passa por inúmeras etapas de produção e muitos profissionais, de modo que cada elemento dentro de um frame foi cuidadosamente pensado.

Logo, se percebemos a religião em uma narrativa (como em um episódio do seriado *Supernatural*, por exemplo), cada conceito ali presente passou por diversas etapas: da ideia inicial para uma sinopse, da sinopse para um argumento, do argumento para um roteiro inicial (chamado de roteiro literário), do roteiro inicial para o roteiro de gravação (também chamado de roteiro técnico), que, por sua vez, é decupado pela direção de arte, de fotografia, de cenografia, de produção de objetos, de trabalho com a atuação, pela produção da trilha sonora, sonoplastia, mixagem de som, enfim, pela direção em si, para daí ser gravado e, novamente, decupado para edição até ser montado e finalizado numa narrativa coesa (Aronovich, 2016). Na produção de um audiovisual, cada uma dessas etapas

é exaustivamente discutida, de modo que, se identificamos a presença ali da religião, é porque ela foi deliberadamente posta para que a encontrássemos. E aí surge a pergunta: como podemos, de uma maneira mais tridimensional, nos ocupar com artefatos da cultura pop como objetos de análise e hermenêutica da realidade? E a resposta reside no método cartográfico-crítico como possibilidade de leitura e análise de produções culturais como um método próprio, mas não exclusivo, da área de ciências da religião e teologia.

Método cartográfico-crítico

No dossiê sobre “Teologia e Literatura no Universo das Histórias em Quadrinhos”, Antonio Manzatto e Carlos Ribeiro Caldas Filho (2019) destacam a pesquisa de Reblin como primeira pesquisa da área de ciências da religião e teologia que se ocupou com as histórias em quadrinhos (e, poderíamos pensar, cultura pop?). Essa pesquisa se concentrou em uma abordagem metodológica chamada posteriormente, num exercício de releitura do próprio autor, de um “esboço metodológico para o estudo da teologia do cotidiano” que foi estruturada a partir do método “Ver – Julgar – Agir”, desenvolvido e proposto pelo cardeal Joseph Cardijn, fundador do movimento da Juventude Operária Cristã – JOC (O Cardeal..., 2011), e amplamente utilizado pela Teologia da Libertação (Reblin, 2020, p. 102). Apesar de ser inédita, a abordagem utilizada por Reblin na ocasião não deixa de ser relativamente simples, em termos de estratégia metodológica. Subsequentemente, como evolução da reflexão da área sobre artefatos da cultura pop, a proposta do “método cartográfico-crítico” emerge como uma contribuição mais densa, não única, não exclusiva, naturalmente, e, muito menos, sem pretensão ortodoxa, em termos de exercício hermenêutico.

O método cartográfico-crítico é uma proposta construída a partir de adaptações do “método histórico-crítico” (Reblin, 2020, p. 102), utilizado comumente na área de ciências da religião e teologia para o estudo de textos sagrados das religiões, em especial, do cristianismo. Claro que a área como um todo, dependendo de seu objeto de análise, pode e faz uso de diferentes métodos empregados na área das ciências humanas como um todo, sobretudo a partir da antropologia, da sociologia, da história, da psicologia, bem como das áreas de linguística, letras e artes, para se estudar o fenômeno religioso. Nessa direção, a proposta aqui reside num exercício de leitura e apropriação de um método utilizado pela área (ao lado de outros, naturalmente) para lançar uma possibilidade metodológica para o estudo de artefatos da cultura pop. Também é claro que essa possibilidade metodológica serve não apenas para a área de ciências da religião e teologia e, muito menos, apenas para o estudo de artefatos da cultura pop. Em outras palavras, não se trata da palavra final sobre o assunto, longe disso, mas de uma palavra sobre o assunto. A proposta do método cartográfico crítico surge na esteira dos estudos pós-doutorais em ciências da comunicação, buscando uma interface e possível contribuição dessa área para o estudo do fenômeno religioso dentro do campo das ciências da religião e teologia (Reblin, 2020).

Uma das contribuições significativas do método histórico-crítico reside em olhar a “história” do texto sagrado e sua evolução na história. Nas palavras de Uwe Wegner,

É um método *histórico*, em primeiro lugar, porque lida com fontes históricas que, no caso da Bíblia, datam de milênios anteriores a nossa era. Em segundo lugar, porque analisa estas mesmas fontes dentro de uma perspectiva de evolução histórica, procurando determinar os diversos estágios da sua formação e crescimento, até terem adquirido sua forma atual. E, em terceiro lugar, porque se interessa substancialmente pelas condições históricas que geraram essas fontes em seus diversos estágios evolutivos (Wegner, 2002, p. 17, grifo no original).

Entretanto, quando nós nos referimos aos artefatos da cultura pop, é mais complicado buscar uma arqueologia do fenômeno ou mesmo uma historiografia muito aprofundada porque são produções artístico-culturais muito recentes. Algumas delas, inclusive, são extremamente contemporâneas. Logo, antes de percorrer uma “história” desses artefatos, importa identificar uma “cartografia” que tem por cerne de seu “mapa mundi” uma narrativa. Assim,

[...] não há um peso tão historiográfico como há na premissa do “histórico-crítico”, de modo que o foco reside antes no mapeamento das relações de significado entre produto e produtor e entre diferentes produtos com características similares. Também há, nesta proposta, um olhar à recepção e uma análise de conteúdo, aberta, neste caso, para cada área de conhecimento que queira se ocupar com estudo das histórias em quadrinhos [e artefatos da cultura pop em geral] (Reblin, 2020, p. 102).

Aqui importa retomar um ponto importante quando nos debruçamos sobre os artefatos da cultura pop: suas características peculiares na qualidade de linguagem, de produto cultural e de expressão artística. Logo, muito mais que buscar uma arqueologia ou uma historiografia, é fundamental compreender os processos de produção que se articulam com as linguagens, os contextos e as potencialidades artísticas. E aí chegamos à pergunta: como se configura o método cartográfico-crítico? E a resposta: ele se articula em cinco etapas: 1) leitura da obra; 2) estrutura narrativa; 3) contexto criativo; 4) historicidade e 5) análise crítica. As quatro primeiras etapas se referem à construção do mapa do artefato da cultura pop, sua “cartografia”. A última etapa se refere à análise crítica a partir da área que se ocupa com a hermenêutica do objeto estudado. Assim, o método cartográfico-crítico se propõe como um método de uso multidisciplinar ou interdisciplinar.

Isso porque acredito que a abordagem inicial às narrativas da cultura pop (quadrinhos, mas aplicável também a séries, filmes etc.) precisa ser, por padrão, um mapeamento de sentido, de contexto e de relações entre os diferentes agentes envolvidos na produção deste ou daquele bem e do lugar que aquele bem ocupa em relação ao conjunto do qual participa. (Reblin, 2020, p. 102)

Vejamos cada uma das etapas que constituem o método:

1) **Leitura da obra:** trata-se da primeira etapa do método que consiste num exercício inicial de familiarização com o artefato da cultura pop. Isso implica ler (quadrinho, romance), assistir (produção audiovisual), ouvir (música) determinada obra. Significa conhecer o enredo, realizar pequenas anotações, tentar sintetizar, resumir, extrair o escopo da narrativa que se apresenta ali. A pergunta central aqui é “qual é o enredo da obra?”.

2) **Estrutura Narrativa:** trata-se da primeira incursão mais investigativa que consiste em compreender a narrativa que está sendo apresentada naquele artefato e esmiuçar a narrativa, descrevendo seus elementos. Essa parte se organiza em três eixos ou três blocos

de análise, focando na estrutura da narrativa: a coesão interna, a coesão estruturante e a coesão externa. A coesão interna é a coesão da narrativa em si, com suas tramas, seus personagens, suas referências. Trata-se de compreender o enredo nos seus detalhes: personagens e suas relações e suas motivações; o arco de evolução da narrativa, isto é seu deslocamento de seu ponto inicial a seu ponto final, com possíveis *plot points*; o tema da história, seu contexto e suas referências (literárias, históricas, políticas etc.) e a forma como esses elementos são retratados na narrativa. A coesão estruturante se refere à relação da narrativa com o gênero ao qual ela pertence. “A coesão estruturante se ocupa em verificar a organização da história a partir do gênero narrativo ao qual pertence” (Reblin, 2020, p. 106). Por fim, a coesão externa se refere à relação da narrativa com o arco narrativo maior ao qual a narrativa pertence. Isso ocorre, sobretudo, em narrativas que integram uma franquia ou se constituem em um capítulo de algo maior (um episódio de uma série de TV dentro do arco da temporada ou do arco da própria série, uma história em quadrinhos dentro de um arco narrativo maior em histórias serializadas, uma música dentro de uma fonografia de determinada pessoa artista, um filme dentro da filmografia de determinada pessoa cineasta etc.). Em geral, para filmes independentes ou produções isoladas, essa coesão não precisa ser considerada. A etapa “estrutura narrativa” se refere ao aspecto da “linguagem” do artefato da cultura pop e se ocupa com a intencionalidade da narrativa e do gênero. Assim, essa etapa pergunta pelas características da narrativa.

3) Contexto criativo: Consiste em compreender o contexto de produção de determinado artefato da cultura pop. Nesse caso, volta-se aos três tipos de contexto: o contexto de produção interno, o contexto de produção externo e o contexto de mercado. Isso porque, como vimos anteriormente, cada um desses contextos exerce um papel fundamental na composição da narrativa: há o pano de fundo da autoria, da indústria, há o contexto social, político, econômico, religioso, cultural no qual essa indústria está inserida e há também as dinâmicas de mercado que operam na produção de determinado artefato. A etapa “contexto criativo” se refere ao aspecto da “produção” do artefato da cultura pop e se ocupa com a intencionalidade da produção, da pessoa autora. Assim, essa etapa pergunta pelas características da autoria, da produção formal, do contexto.

4) Historicidade: A historicidade consiste em compreender o lugar que a narrativa ocupa na recepção da audiência, na comunidade de fãs. Trata-se daquilo que poderíamos entender como a “tradição da narrativa”. Essa parte se organiza em duas direções: uma historicidade centrípeta e uma historicidade centrífuga. A primeira é uma historicidade que se movimenta em torno da narrativa, isto é, trata-se da historicidade para dentro do universo ficcional ao qual determinada narrativa ou da qual é expressão. A segunda é a historicidade que se movimenta para fora, isto é, trata-se da historicidade que atinge a recepção da audiência, da comunidade de fãs. A historicidade centrípeta se ocupa com o lugar que determinada narrativa adquire dentro de um conjunto maior de narrativas a qual pertence dentro da “mitologia” de um personagem, de um “cânon” ficcional. A historicidade centrífuga, daí, se ocupa com a recepção do fã diante daquela narrativa, considerando também seu lugar no cânon legitimado pela indústria e, em alguns casos, pela audiência. Se fôssemos traçar um paralelo com o método histórico-crítico, a historicidade, aqui, referir-se-ia à “análise da história das tradições” (Wegner, 2002, p. 245ss)

tendo a relação entre os agentes da cultura pop – indústria, mídia e a participação do *fandom* – como parâmetro. A etapa “historicidade” se refere ao aspecto da “expressão artística” do artefato da cultura pop e se preocupa com a produção do sentido e receptividade a partir do lugar que a narrativa ficcional estudada ocupa no conjunto de outras narrativas e na audiência. Assim, essa etapa pergunta pela receptividade e pelo sentido que se constitui a partir dessa receptividade.

5) Análise crítica: Pensando o método cartográfico-crítico como um método transversal às áreas, isto é, de abordagem multidisciplinar, a análise crítica consiste num estudo, a partir da cartografia delineada, de objetos e interesses das áreas em artefatos da cultura pop. Nesse caso, a preocupação parte da área de ciências da religião e teologia e, nessa direção, o estudo se ocupará com a produção de sentidos religiosos nestes artefatos, partindo de uma análise do discurso, de uma análise de conteúdo a partir daquilo que a narrativa enuncia. Assim, a análise crítica tem como tarefa

[...] identificar como determinada ideia é apresentada na história a partir da própria história e dos argumentos que estão postos lá. Não tem o objetivo de questionar a fidedignidade do argumento ou mesmo emitir juízo, mas sim compreender como tal elemento (conceito, símbolo) é apresentado, ou como determinada ideia religiosa é apropriada, expropriada, adaptada a partir de uma ideia original, a partir de um contexto. Trata-se de averiguar e identificar como temas cruciais da teologia [e das ciências da religião] são apresentados e representados nas narrativas (Reblin, 2020, pp. 113-114).

A sugestão é a de que a análise contemple pautas que são caras para os estudos da área de ciências da religião e teologia como a ideia de “herói”, focada na leitura do protagonista na narrativa, a ideia de mal, a ideia de salvação, a ideia de esperança e o impacto e o uso da história por parte de uma comunidade. Isso significa, pois, olhar para a cartografia, para o tropo narrativo, para os mitemas que lá emergem para buscar como esses temas são apresentados, isto porque a estrutura geral que atravessa as religiões em suas formas variadas geralmente se organiza a partir de tais “temas gerais”. De todo modo, a proposta do método cartográfico-crítico consiste em uma abordagem tridimensional dos artefatos da cultura pop, buscando compreendê-los a partir de sua constituição linguística, material e simbólica, filtrando sua análise a partir de temas específicos da área. Nessa direção, como já referido, o método também serve como instrumento de análise a partir de outras áreas, visto que o artefato cultural em si, como “entidade humana”, é uma tradução, uma leitura de mundo, e, portanto, multifacetada, que condensa toda a riqueza de sentido que existe no mundo, sujeita, daí, pois, ao escrutínio específico da área do saber que quer se ocupar com tais artefatos.

Conclusão

A cultura pop é cultura. Como tal, ela integra o conjunto de bens, materiais e imateriais, que forjam, orientam, influenciam, retratam a vida humana. Entretanto, diferentemente de outras culturas contextuais, a cultura pop é criada industrialmente, veiculada massivamente e nela são agenciadas relações, adesões e sentidos que operam realizando tentativas de enraizamento na memória coletiva, buscando sua perduração

através do tempo e do espaço. Isso não deixa de ser algo próximo àquilo que Clifford Geertz compreendeu do fenômeno religioso, ao defini-lo como “um sistema de símbolos que atua para estabelecer poderosas, penetrantes e duradouras disposições e motivações nos homens através da formulação de conceitos de uma ordem de existência geral [...]” (Geertz, 1989, p. 67ss), apesar de cultura pop e religião serem ainda distintas entre si. De todo o modo, a cultura pop não deixa de estimular subjetividades, provocar engajamentos (reverenciais) de uma comunidade por meio da articulação de um sistema simbólico. Claro que, mesmo que esse sistema seja bem mais dinâmico e fluido que o sistema religioso, é possível evidenciar muitos pontos convergentes. Um olhar atento à cultura pop revela convergências em seus mais variados artefatos (sobretudo, em suas narrativas), nas relações que são estabelecidas entre fãs e bens e nas práticas desses fãs. Em se tratando dos artefatos como expressões materiais de sentidos condensados, a pergunta gravita justamente em torno de uma tentativa de identificar esses sentidos, considerando os processos complexos a partir dos quais foram gerados.

Nessa direção, a aposta deste estudo reside no método cartográfico-crítico como uma alternativa sólida para mergulhar nos meandros dos artefatos da cultura pop com o intuito de compreender como neles são engendrados os sentidos relacionados ao fenômeno religioso, objeto de interesse direto, em linhas gerais e para os fins aqui apresentados, da área de ciências da religião e teologia. E por quê? Primeiro, porque não há como olhar para os artefatos da cultura pop sem se ocupar com suas linguagens, sua produção e sua expressão. E tais elementos são pauta instrumental do método, ao se ocupar com sua estrutura narrativa (linguagens), seu contexto criativo (produção) e sua historicidade (expressão). Segundo, porque dentro desses parâmetros também reside um olhar à relação dos artefatos com sua audiência, sua comunidade de fãs. Por fim, por sua própria estrutura, o método possibilita perceber a tensão que há entre construção e articulação de sentidos com intencionalidades dos agentes da cultura pop. Em virtude disso, o método se torna um exercício possível para compreender os emaranhamentos e as artimanhas em torno de um retrato (ora mais nítido, ora mais difuso) do fenômeno religioso na cultura pop.

Referências

ALVES, Rubem. *O que é religião?* 6. ed. São Paulo: Loyola, 2005.

ARONOVICH, Tristan. *A Bíblia do Cinema: meu guia prático, do roteiro ao lançamento.* São Paulo: Criativo, 2016.

BECKO, Larissa Tamborindenguy. *Desvendando o fã de Super-Heróis: performances, práticas de consumo e identidades.* Dissertação (Mestrado) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 2019. Disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/8187>. Acesso em: 20 maio 2020.

BECKO, Larissa Tamborindenguy; REBLIN, Iuri Andréas. Aspectos religiosos na adoração de super-heróis: olhares ao fã do gênero da superaventura. *Teoliterária*, v. 9, n. 18, pp.171-197, 2019. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/teoliteraria/>

article/view/43809/29686. Acesso em: 20 maio 2020.

CALDAS, Waldenyr. Cultura de massa e política de comunicações. São Paulo: Global, 1986.

ECO, Umberto. Seis passeios pelos bosques da ficção. 9 reimp. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

FIORIN, José Luiz. Pragmática. In: _____ (org.). Introdução à linguística II: princípios de análise. 5. ed. São Paulo: Contexto. 2010, pp.161-185.

GEERTZ, Clifford. A Interpretação das Culturas. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2014.

O CARDEAL que ensinou a Igreja a "ver, julgar e agir". IHU Online. São Leopoldo, 22 maio 2011. Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/noticias/43540-o-cardeal-que-ensinou-a-igreja-a-ver-julgar-e-agir> Acesso em: 29 out. 2020.

JENKINS, H.; GREEN, J.; FORD, S. Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

JENKINS, Henry. Cultura da convergência. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, Henry. Invasores de texto: fãs e cultura participativa. Rio de Janeiro: Editora Marsupial, 2015.

JENKINS, Henry. Transmedia Education: the 7 Principles Revisited. Henry Jenkins: Confessions of an Aca-Fan. 21 jun. 2010. Disponível em: http://henryjenkins.org/blog/2010/06/transmedia_education_the_7_pri.html. Acesso em: 20 maio 2020.

JENKINS, Henry; MCPHERSON, Tara; SHATTUC, Jane. Introduction. (Eds.). Hop on pop: the politics and pleasures of popular culture. Durham&London: Duke University Press, 2002.

KELLNER, Douglas. A cultura da mídia: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Tradução de Ivone Castilho Benedetti. Bauru: EDUSC, 2001.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. A estetização do mundo: Viver na era do capitalismo artista. 2015.

MANZATTO, Antonio; CALDAS FILHO, Carlos Ribeiro. Editorial: Teologia e Literatura no Universo das Histórias em Quadrinhos. Teoliterária, v. 9, n. 18, pp. 5-16, 2019. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/teoliteraria/article/view/44571/29680>. Acesso em: 20 maio 2020.

MARANHÃO, Jorge. A arte da publicidade: estética, crítica e Kitsch. Campinas: Papyrus, 1988.

MARTEL, Frédéric. *Mainstream: a guerra global das mídias e das culturas*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. 7. Ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015.

REBLIN, Iuri Andréas. *Histórias em Quadrinhos: perspectivas religiosas e possibilidades hermenêuticas*. São Leopoldo: EST, 2020.

REBLIN, Iuri Andréas. *Intersecções entre Religião e Histórias em Quadrinhos: balões de pensamento a partir de um olhar à superaventura*. *Paralellus (Online)*, Recife, v. 5, n. 10, pp. 161-178, jul./dez. 2014. Disponível em: <http://www.unicap.br/ojs/index.php/paralellus/article/view/428/pdf>. Acesso em: 20 dez. 2018.

REBLIN, Iuri Andréas. *O alienígena e o menino*. Jundiaí: Paco Editorial, 2015.

REBLIN, Iuri Andréas. *Para o alto e avante: uma análise do universo criativo dos super-heróis*. Porto Alegre: Asterisco, 2008.

REBLIN, Iuri Andréas. *Quadrinhos nas aulas de Ensino Religioso: subsídios e práticas pedagógicas de uma experiência docente*. *Estudos Teológicos (Online)*, São Leopoldo, v. 56, n.1, pp. 12-39, jan./jun. 2016. Disponível em: http://est.com.br/periodicos/index.php/estudos_teologicos/article/view/2709/2540. Acesso em: 20 dez. 2018.

SÁ, Simone Pereira de; CARREIRO, Rodrigo; FERRARAZ, Rogério. (org.). *Cultura Pop*. Salvador: EDUFBA; Brasília: COMPÓS, 2015.

SOUSA SANTOS, Boaventura de. *Introdução*. In: SOUSA SANTOS, Boaventura de (Org.). *Conhecimento Prudente para uma Vida Decente: “Um Discurso sobre as Ciências” revisitado*. São Paulo: Cortez, 2004. p. 17-56.

WEGNER, Uwe. *Exegese do Novo Testamento: Manual de metodologia*. 3. ed. São Leopoldo: Sinodal; São Paulo: Paulus, 2002.

WERNER, Valentin (Ed.). *The Language of Pop Culture*. New York; London: Routledge, 2018.

Recebido: 29/06/2020

Aprovado: 03/11/2020

Editor: Alfredo Teixeira