

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS

**A LITERATURA VEICULADA PELA CAMPANHA DA FRATERNIDADE:
SIGNIFICAÇÃO E CULTURA**

MARÇO

2021

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS

**A LITERATURA VEICULADA PELA CAMPANHA DA FRATERNIDADE:
SIGNIFICAÇÃO E CULTURA**

Tese apresentada ao Programa de Pós-graduação em Letras, do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal da Paraíba, para a obtenção do título de Doutor em Letras, na área de concentração Literatura, cultura e tradução, sob orientação da Professora Doutora Maria de Fátima Barbosa de Mesquita Batista.

MARÇO
2021

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

A447l Almeida, Thiago da Silva.

A literatura veiculada pela Campanha da Fraternidade
: significação e cultura / Thiago da Silva Almeida. -
João Pessoa, 2021.
160 f. : il.

Orientação: Maria de Fátima Barbosa de Mesquita
Batista.

Tese (Doutorado) - UFPB/CCHLA.

1. Semiótica das culturas. 2. Significação. 3.
Campanha da Fraternidade. I. Batista, Maria de Fátima
Barbosa de Mesquita. II. Título.

UFPB/BC

CDU 81'22(043)

THIAGO DA SILVA ALMEIDA

**A LITERATURA VEICULADA PELA CAMPANHA DA FRATERNIDADE:
SIGNIFICAÇÃO E CULTURA**

Aprovada em _____

BANCA EXAMINADORA

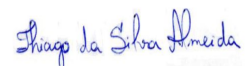

Prof.(a) Dr.(a). Maria de Fátima Barbosa de Mesquita
Batista
(Presidente da Banca)


Prof.(a) Dr.(a) Ana Paula Pinheiro da Silveira
(Examinador)


Prof.(a) Dr.(a). Ana Cristina de Sousa Aldrigue
(Examinadora)


Prof.(a) Dr.(a) Maria Nazareth de Lima Arrais
(Examinadora)


Prof.(a) Dr.(a) Maria Clara Catanho Cavalcanti
(Examinadora)


Thiago da Silva Almeida
(Doutorando)

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, a **Deus** que sempre está cuidando de mim, mesmo em momentos de desânimo. Agradeço a Ele pelo dom da vida, da inteligência e por ter me dado forças nessa jornada acadêmica.

À minha esposa **Daniella Iris de Oliveira Silva**, por sempre acreditar em mim e no meu potencial. Agradeço sobretudo pela sua compreensão e seu apoio. Sou grato por ela fazer parte de cada dia de minha vida.

Aos **meus pais**, por toda a educação e pelo respeito à minha escolha de ser professor.

AGRADECIMENTO ESPECIAL

À Professora Fátima Batista, uma pessoa de boa alma, que ama não apenas as pesquisas científicas, mas os seus orientandos como se fosse uma mãe. Jamais me esquecerei de todos os ensinamentos, das cobranças, do respeito, da consideração, da dedicação e do carinho. Eu compreendo muito bem que o seu modo de agir é pensando no nosso crescimento como pesquisadores e profissionais responsáveis. Só tenho a agradecê-la por sua paciência e compreensão, principalmente no momento de mais dificuldade, quando me desloquei para outra cidade a trabalho.

RESUMO

Esta tese objetiva analisar, do ponto de vista semiótico, as significações culturais presentes em textos literários veiculados pela Campanha da Fraternidade, cuja celebração passou por reformulações no que diz respeito ao direcionamento das suas escolhas desde a sua primeira edição na década de sessenta. Em um primeiro momento, a Igreja centrava-se na renovação de sua estrutura interna. Depois, começou a se preocupar com a realidade social do povo, mas o fazendo, ainda, internamente. Por fim, a Igreja passa a se interessar pelas questões existenciais do povo brasileiro, porém agindo de maneira mais proativa e participativa na sociedade. É neste terceiro momento que o presente trabalho delimita seu enfoque, especificamente a partir de 1985, quando se findou o regime militar brasileiro, até a primeira década do século XXI. A proposta metodológica empregada, de natureza interpretativa e comparativa, utiliza como *corpus* hinos que são textos verbais em linguagem geralmente apelativa e *cartazes*, textos sincréticos que unem o verbal ao imagético. Estes são analisados com a base teórica da Semiótica das Culturas de linha francesa, principalmente as contribuições dos semioticistas François Rastier (2010) e Teodoro Pais (2009). Concebida como ciência da interpretação das significações culturais, compreende os saberes compartilhados, a visão de mundo e os sistemas de valores de um grupo sociocultural como parte integrante de uma identidade social. O trabalho está delimitado em três momentos: estudos teóricos sobre os fundamentos básicos da semiótica das culturas, seguidos de um panorama das principais tendências semióticas, como a norte-americana, a russa e a francesa. Em sequência, fez-se um breve histórico da Campanha da Fraternidade, com informações acerca das primeiras celebrações. Por fim, realizou-se o trabalho analítico do *corpus* que mostrou uma cultura centrada na inclusão e na aceitação das diferenças.

Palavras-chave: Semiótica das culturas. Significação. Campanha da Fraternidade.

ABSTRACT

This thesis aims to analyze, from a semiotic point of view, the cultural meanings present in literary texts conveyed by the Fraternity Campaign, whose celebration has undergone reformulations with regard to the direction of its choices since its first edition in the sixties. At first, the Church focused on renewing its internal structure. Then, he started to worry about the social reality of the people, but still doing it internally. Finally, the Church becomes interested in the existential issues of the Brazilian people, but acting in a more proactive and participatory way in society. It is in this third moment that the present work delimits its focus, specifically from 1985, when the Brazilian military regime ended, until the first decade of the 21st century. The methodological proposal employed, of an interpretative and comparative nature, uses as hymns corpus which are verbal texts in generally appealing language and posters, syncretic texts that unite the verbal to the imagetic. These are analyzed with the theoretical basis of the Semiotics of Cultures of the French line, mainly the contributions of semioticians François Rastier (2010) and Teodoro Pais (2009). Conceived as a science for the interpretation of cultural meanings, it comprises the shared knowledge, worldview and value systems of a sociocultural group as an integral part of a social identity. The work is delimited in three moments: theoretical studies on the basic foundations of semiotics cultures, followed by an overview of the main semiotic trends, such as the North American, the Russian and the French. In sequence, a brief history of the Fraternity Campaign was made, with information about the first celebrations. Finally, the analytical work of the *corpus* was carried out, which showed a culture centered on the inclusion and acceptance of differences.

KEYWORDS: Semiotics of cultures. Cultural Cosmopolitanism. Fraternity Campaign.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - cartaz da campanha da fraternidade 1985.....	59
Figura 2 - cartaz da campanha da fraternidade 1986.....	62
Figura 3 - cartaz da campanha da fraternidade 1987.....	64
Figura 4 - cartaz da campanha da fraternidade 1988.....	69
Figura 5 - cartaz da campanha da fraternidade 1989.....	72
Figura 6 - cartaz da campanha da fraternidade 1990.....	78
Figura 7 - cartaz da campanha da fraternidade 1991.....	79
Figura 8 - cartaz da campanha da fraternidade 1999.....	81
Figura 9 - cartaz da campanha da fraternidade 1992.....	86
Figura 10 - cartaz da campanha da fraternidade 2013.....	89
Figura 11 - cartaz da campanha da fraternidade 1993.....	94
Figura 12 - cartaz da campanha da fraternidade 1994.....	97
Figura 13 - cartaz da campanha da fraternidade 1995.....	100
Figura 14 - cartaz da campanha da fraternidade 1996.....	105
Figura 15 - cartaz da campanha da fraternidade 1997.....	108
Figura 16 - cartaz da campanha da fraternidade 1998.....	111
Figura 17 - cartaz da campanha da fraternidade 2000.....	113
Figura 18 - cartaz da campanha da fraternidade 2005.....	115
Figura 19 - cartaz da campanha da fraternidade 2010.....	118
Figura 20 - cartaz da campanha da fraternidade 2016.....	122
Figura 21 - cartaz da campanha da fraternidade 2001.....	122
Figura 22 - cartaz da campanha da fraternidade 2002.....	126
Figura 23 - cartaz da campanha da fraternidade 2003.....	128
Figura 24 - cartaz da campanha da fraternidade 2004.....	130
Figura 25 - cartaz da campanha da fraternidade 2007.....	131
Figura 26 - cartaz da campanha da fraternidade 2011.....	134
Figura 27 - cartaz da campanha da fraternidade 2006.....	137
Figura 28 - cartaz da campanha da fraternidade 2008.....	140
Figura 29 - cartaz da campanha da fraternidade 2009.....	142
Figura 30 - cartaz da campanha da fraternidade 2018.....	144
Figura 31 - cartaz da campanha da fraternidade 2012.....	146

Figura 32 - cartaz da campanha da fraternidade 2014.....	148
Figura 33 - cartaz da campanha da fraternidade 2015.....	150

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1. DISCUSSÃO TEÓRICA: APRESENTANDO OS FUNDAMENTOS	15
1.1. Texto, gênero e semiose	16
1.2. Da enunciação	17
1.3. Vertentes da semiótica contemporânea	19
1.3.1. Semiótica filosófica.....	20
1.3.2. Semiótica linguística	24
1.3.3. Semiótica da cultura/das culturas	27
1.3.4. Da semiótica das culturas ao cosmopolitismo cultural	31
2. A CAMPANHA DA FRATERNIDADE: CONSTRUÇÃO E ATUAÇÃO	36
2.1. Objetivos, lemas e temas da Campanha da Fraternidade	40
3. ANÁLISE DO CORPUS.....	58
3.1. Campanha da Fraternidade 1985 e 1986.....	58
3.2. Campanha da Fraternidade 1987	63
3.3. Campanha da Fraternidade 1988	66
3.4. Campanha da Fraternidade 1989	70
3.5. Campanha da Fraternidade 1990	75
3.6. Fraternidade, trabalho e desemprego: campanhas de 1991 e 1999	78
3.7. Fraternidade e juventude: campanhas de 1992 e 2013	83
3.8. Campanha da Fraternidade 1993	93
3.9. Campanha da Fraternidade 1994	96
3.10. Campanha da Fraternidade 1995.....	99
3.11. Campanha da Fraternidade 1996.....	103
3.12. Campanha da Fraternidade 1997	107
3.13. Campanha da Fraternidade 1998.....	110

3.14.	Campanhas ecumênicas: 2000, 2005, 2010, 2016	113
3.15.	Campanha da Fraternidade 2001	122
3.16.	Campanha da Fraternidade 2002	125
3.17.	Campanha da Fraternidade 2003	128
3.18.	Fraternidade e meio ambiente: 2004, 2007 e 2011	130
3.19.	Campanha da Fraternidade 2006	136
3.20.	Campanha da Fraternidade 2008	139
3.21.	Campanha da Fraternidade 2009 e 2018	141
3.22.	Campanha da Fraternidade 2012	145
3.23.	Campanha da Fraternidade 2014	148
3.24.	Campanha da Fraternidade 2015	149
4.	CONCLUSÃO	152
5.	REFERÊNCIAS	155

INTRODUÇÃO

O domínio discursivo religioso possui objetos culturais que constituem a sua literatura, no sentido amplo do termo. Dessa maneira, os hinos desse universo de discurso realizam, na maioria das vezes, um ato de súplica, uma vez que revelam o sentimento de quem os proclama e, por isso mesmo, não se configuram como um simples pedido.

Quando tais canções não estão diretamente ligadas às questões internas do sujeito enunciador, concatenam os indivíduos a alguma realidade externa pertencente ao domínio do social, conforme se constata em diversos hinos provenientes do âmbito da Igreja Católica e produzidos exclusivamente para um determinado evento, como os cânticos da Campanha da Fraternidade.

Normalmente, os compositores destas canções devem harmonizar suas composições de acordo com o tema, o lema, os objetivos do evento e também do cartaz oficial, objeto cultural que transmite visualmente o fato social abordado. Assim, os objetos da campanha da fraternidade trazem, em seu interior, valores de uma determinada cultura, a visão de mundo do enunciador e um saber compartilhado entre os membros de uma comunidade sociocultural.

Com base nisso, elencam-se as justificativas para a realização deste trabalho. Durante décadas, o termo “semiótica”, enquanto ciência da significação, vem sendo associado aos postulados de tradição lógico-gramatical e de tradição russa. Por essa razão, a relevância acadêmica desta pesquisa é justificada pela necessidade de proporcionar maior visibilidade à semiótica das culturas, ramificação da vertente francesa, haja vista que aquelas outras tradições já dispõem de demasiada concentração no meio acadêmico.

Dessa maneira, enfatizar a organização do pensamento semiótico voltado para sistemas de valores de uma cultura, e não mais de um sujeito isolado no mundo, é convocar as ciências da cultura a participar de um constante diálogo multidisciplinar, como afirmava Cidmar Pais (2009). Para que tal postura seja concretizada, é imprescindível um olhar semiótico sobre a complexidade dos fatos humanos através da instituição de uma semiótica das culturas. Assim, o presente estudo se firmará a este campo ainda pouco explorado e de pouco alcance em território brasileiro.

A razão social desta pesquisa ganha força na medida em que o ensino básico atual, com a adoção de uma nova base curricular, vem incorporando propostas de ensino voltadas para a multiculturalidade e a interdisciplinaridade, tendo como aparato os sistemas intersemióticos. Dessa forma, de acordo com o documento da Base Nacional Comum Curricular, uma das várias

competências que os estudantes do ensino médio devem adquirir é “explorar e perceber os modos como as diversas linguagens se combinam de maneira híbrida em textos complexos e multissemióticos” (BRASIL, 2018, p. 483)

Por fim, a justificativa de cunho pessoal firma-se na afeição do pesquisador em dar visibilidade a grupos sociais muitas vezes negligenciados pelos governantes e até mesmo pela própria sociedade. Além desse fator, parte de sua vida fora marcada por um ambiente de simplicidade, habitando em localidades periféricas, com situações de violência e descaso com famílias esquecidas que transitavam nas ruas e pediam esmolas nas casas.

A partir disso, este trabalho objetiva analisar, do ponto de vista da semiótica das culturas, as significações culturais em textos veiculados pela Campanha da Fraternidade. Ademais, será observado como se estabelecem os sistemas de valores e sob um viés cosmopolita ou intercultural. Para tanto, estabeleceu-se um recorte temporal compreendido entre 1985 até 2018, porque, de acordo com o documento da CNBB (2015), a Campanha da Fraternidade inicia uma terceira fase na qual a igreja volta-se para situações existenciais do povo brasileiro. Assim, a preocupação central da Igreja não incide apenas sobre os problemas internos da instituição, mas concentra seus olhares para os problemas da sociedade.

Com base no exposto, esta pesquisa apoia-se na perspectiva teórica da Semiótica das Culturas proposta por François Rastier (2009), o qual entende as culturas como um complexo que “abrange a totalidade dos fatos humanos, até a formação dos sujeitos”. Como a presente abordagem centra-se no plano discursivo, foram incorporadas as contribuições de Cidmar Teodoro Pais. Além disso, é imprescindível explorar o estudo das isotopias subjacentes ao discurso enunciado, uma vez que elas são “instrumentos e critérios valiosos, para a constituição de uma semiótica das culturas” (Pais, 2009, p.28), o que subjaz também a análise dos temas e das figuras que compõem o universo de significação.

O *corpus* destinado a concretizar os objetivos propostos é constituído de hinos que são textos verbais em linguagem geralmente apelativa e cartazes, que são textos sincréticos que unem o verbal ao imagético. Quando oportuno, serão utilizados discursos proferidos pelos Papas da época. Em síntese, o conteúdo desse material analítico demonstra significativa preocupação com os problemas sociais, articulam valores da esfera social e, acima de tudo, cultural. Serão utilizados textos extraídos de documentos oficiais da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil, divulgados em domínio público em sítios da rede mundial de computadores e, conforme a ocasião, outros textos publicados que retratam alguma temática da campanha.

Após o exame do objeto de estudo, indaga-se se os hinos, os cartazes da campanha, bem como os discursos proferidos pelos Papas, projetam valores de uma cultura de modo a estabelecer um viés cosmopolita. Como hipótese de trabalho, obtém-se a resposta prévia de que a proposta da campanha, de certa forma, torna os reveses enfrentados pela sociedade brasileira como um problema que surge na cultura e compete a todos os povos, independentemente da região. Além disso, é preciso levar em consideração os valores ideológicos sustentados pelos sujeitos, imersos em dado contexto histórico político, social e cultural.

1. DISCUSSÃO TEÓRICA: APRESENTANDO OS FUNDAMENTOS

O conceito de macrossemiótica ganhou impulso com a realização do 2º Congresso da Associação Internacional de Semiótica, realizado em Viena, em 1979. Na época, estava em voga a corrente de estudos da semiótica da cultura (sem o plural), de vertente russa. Anos mais tarde o seu idealizador Iúri Lótman inaugura o conceito de Semiosfera, como o universo em que habitam os signos da cultura. Transitando por outra via, com outra proposta diferente daquela dos semioticistas russos, a semiótica francesa incorpora aos seus postulados o termo macrossemiótica.

Segundo Pais, a Macrossemiótica é o “conjunto dos sistemas semióticos e dos seus discursos que operam simultaneamente numa mesma comunidade sociolinguístico-cultural” (PAIS, 1982, p. 46). Nesse viés, o autor postula que a língua e seus discursos, as semióticas não verbais e complexas imprimem em uma comunidade humana a sua memória social, a consciência de sua história, da sua identidade cultural e da sua permanência no tempo (PAIS, 2009). Por essa razão, Pais (1982) compreende que macrossemiótica e semiótica da cultura constituem uma relação solidária, indissociável, isto é, uma colaboração que implica abordagens interdisciplinares e multidisciplinares. Enquanto a semiótica greimasiana concebe a macrossemiótica enquanto a existência de dois conjuntos significantes compostos pelo mundo natural e as línguas naturais, o projeto de uma semiótica das culturas está voltado essencialmente para o mundo cultural.

A descrição das concepções teóricas de Cidmar T. Pais (1982) sobre a macrossemiótica e os sistemas semióticos permite conhecer a noção de processo semiótico, concebido, antes de tudo, como processo de produção da significação e compreende o sistema semiótico e seus discursos. Ao sistema semiótico o autor designa a expressão “sistemas de significação” que inter-relacionados aos discursos, possuem estrutura e função. Os sistemas semióticos, por sua vez, compreendem as semióticas verbais, não verbais e complexas, tríade a qual o autor atribui o termo “semióticas-objeto”.

Os sistemas semióticos verbais, como já é de conhecimento, são os sistemas linguísticos, ou precisamente, as línguas naturais. Pais (1982) concorda e adere ao esquema tipológico dos sistemas linguísticos proposto por Coseriu que os dividiu em: sistemas eminentemente paradigmáticos (latim e sânscrito), sistemas eminentemente sintagmáticos (chinês), sistemas paradigmáticos-sintagmáticos (línguas românticas).

Do outro lado, há os diversos universos de discurso que, de acordo com Pais, são desdobramentos da língua natural. Na perspectiva do linguista, os discursos podem ser pelo menos de duas naturezas: os discursos figurativos e os não figurativos. Os primeiros dizem respeito aos discursos literários e não literários. Os segundos correspondem aos universos discursivos sociais não literários que compreendem, por exemplo, o discurso científico, tecnológico, jurídico, jornalístico, publicitário etc. Aos discursos e universos de discurso Pais atribuiu o termo *microsemióticas*.

Com relação aos sistemas semióticos não verbais, Pais (1982) classificou-os em unidimensionais, caracterizados pela sequencialidade e continuidade da informação, como a música; bidimensionais, como a pintura, o desenho, a fotografia e que comumente foram designados como “*semiótica planária*”; tridimensionais, a exemplo da arquitetura, da escultura e que caracterizam uma *semiótica espacial*. A estas *semióticas*, Pais (1982) atribuiu outros universos de discursos. Por exemplo, no interior do sistema semiótico da música, encontram-se *n* universos discursivos ou *microsemióticas*, como a música sacra, a clássica, a popular. Com base no exposto, compreende-se que cada uma destas *microsemióticas* possuem um sistema semiótico específico, próprio, que diferem quanto a maneira de utilização da língua.

No que se refere aos sistemas semióticos complexos ou sincréticos, o autor exemplifica a história em quadrinho, o cinema, o teatro, a televisão, por se tratarem da combinação de sistemas semióticos verbais e não verbais.

Portanto, de acordo com Pais (2007), os processos semióticos e toda sua complexidade são realidade em cada cultura, a qual é caracterizada por seus sistemas e discursos. Estes, por sua vez, são pilares que sustentam um mundo semioticamente construído, asseguram sistemas de valores, de crenças e saberes compartilhados entre e pelos membros de uma comunidade humana.

1.1. Texto, gênero e semiose

Em sintonia com a ideia de que uma cultura como um complexo que compreende um conjunto de diversas práticas semióticas, consideram-se os textos orais e escritos produzidos numa comunidade linguística como performances semióticas, “*formações plurissemióticas que colocam em prática, além das línguas, dos gêneros e dos estilos, sistemas gráficos e tipográficos (um signo de pontuação não funciona como um morfema), prosódicos, gestuais (uma cinesia é sempre associada ao oral)*” (RASTIER, 2009, p. 36).

A semiótica francesa fundamenta suas bases textuais por meio da contribuição de Bakhtin, segundo o qual compreende o homem na materialidade textual. Ele é, ao mesmo tempo, produtor e objeto de estudo no interior e através do texto. As ciências humanas trabalham com esta perspectiva. As ciências exatas e biológicas examinam o homem “fora do texto”. (BARROS, 1997).

Ao abordar a noção de texto, Rastier (2001, p.21) o define como “une suite linguistique empirique attestée, produite dans une pratique sociale déterminée, et fixée sur un support quelconque”¹. Com “sequência empírica atestada”, Rastier compreende que o texto não é criação teórica, mas realidade objetiva; as duas condições seguintes – prática social e suporte – remetem à questão dos gêneros. Para o semiótico, “un texte (oral ou écrit) est la rencontre, dans une pratique, entre une langue, un discours, un genre et un style”² (Rastier, 2017, p.13), e como todo texto emana de um discurso, é através do gênero que o texto se “une” ao discurso (RASTIER, 2017).

Segundo Rastier, as práticas sociais determinam os gêneros, os quais são realidades intertextuais através das quais se explicam certas regularidades na tessitura textual. Além desta concepção, o autor compreende o gênero não apenas sob uma norma, mas no interior de um “feixe de critérios”, tanto em relação ao plano do significante como para o plano do significado. Com base nisso, o autor exemplifica que um provérbio não é construído sob a mesma norma de um discurso jurídico, a carta comercial não tem quase nada em comum com uma carta pessoal, uma vez que a “correlação entre conteúdo e expressão continua a ser critério para a definição de gênero (RASTIER, 1999, p. 96).

Os gêneros, à medida que determinam, no degrau textual, os modos de correlação entre os planos do significado e do significante, são os fatores determinantes da semiose textual. Eles ditam não só o modo mimético do texto, mas também seus modos de produção e de interpretação. Eles testemunham, por outro lado, o caráter instituído das práticas sociais em que tomam lugar (RASTIER, 2009, p.35).

1.2.Da enunciação

Baseado nos postulados de Hjelmslevianos, Rastier (2009) afirma que a semiose não é mais concebida enquanto uma relação entre o significante e o significado do signo, contribuição

¹ Uma sequência linguística atestada, produzida em uma prática social determinada, e fixada sobre um suporte qualquer.

² Um texto (oral ou escrito) é o encontro, em uma prática, entre uma língua, um discurso, um gênero e um estilo.

saussuriana. O autor compreende a semiose no âmbito de uma relação fundamental que une dois componentes do signo: ela está relacionada ao plano do conteúdo e da expressão dos textos e de outras performances semióticas. Nesta relação, Rastier define a semiose a partir das redes de relações de sentido no interior do texto. Em suma, ela concebida como resultado de uma interpretação, não como ponto de partida. (RASTIER, 2009).

Redefinir assim a semiose significa relacioná-la necessariamente ao conceito de “percurso interpretativo”. O sentido não é mais fixado por uma codificação prévia, que associaria estritamente, um significante e um significado, ou uma classe de significados: ele é produzido em percursos que discretizam e unem significados entre eles, passando por significantes” (RASTIER, 2009, p.35)

Assim, Pais (2000) com fundamentação em Bernard Pottier, propõe o percurso gerativo da enunciação, também chamado de fazer interpretativo. Anterior à descrição em vista, a enunciação foi caracterizada por Benveniste (1989) como “o colocar em funcionamento a língua por um ato individual” (p.82), “a conversão individual da língua em discurso” (p.83). Ela é um processo de “apropriação” em que um locutor se apropria do aparelho formal da língua e se posiciona frente a um outro.

Como se viu, a enunciação se encontra na instância discursiva. A perspectiva a qual se pretende abordar o discurso é conceituado como processo de produção do texto. Concebido de tal forma, discurso é uma microssemiótica. Portanto, no interior do discurso manifestam-se o processo de enunciação de codificação, realizado pelo sujeito-enunciador, e o processo da enunciação de decodificação, realizado pelo sujeito-enunciatário.

Dessa forma, o percurso da enunciação de codificação compreende os patamares da percepção, da conceptualização, da semiologização, da semiotização (que inclui a lexemização e a atualização), da semiose, quanto ao fazer persuasivo, do sujeito enunciador, os do reconhecimento da semiótica-objeto, da ressemiotização, da ressemiologização e da reconceptualização, quanto ao fazer interpretativo do sujeito enunciatário.

Pais (2002) explica que o desencadeamento do discurso ocorre primeiramente com a percepção que se realiza por meio dos sentidos. Essa percepção pode estar vinculada ao mundo exterior ao sujeito, como também a uma experiência vivenciada no imaginário desse sujeito. Contudo, esta percepção não se caracteriza por neutralidade, afinal uma comunidade linguística e sociocultural, ao utilizar a língua, sustenta uma ideologia própria do grupo de pertencimento.

A etapa seguinte denomina-se conceptualização sobre a qual Pais adverte ser um processo complexo. Opera-se a análise semântico-conceptual da experiência acima referida,

feita por meio de traços-semânticos conceptuais. Batista (2014, p.114) elucida este patamar como a “etapa que se segue onde transparece o conceito que o enunciador tem a propósito dos seres e dos objetos percebidos”. Pais (2002), apoiando-se em Pottier (1992), distingue, nesse patamar, três tipos de atributos dos ‘objetos do mundo’: as latências são traços dos objetos do mundo *in potentia*, traços semânticos possíveis ou aquilo que o indivíduo pode pensar sobre o objeto; as saliências são atributos que se destacam nos fatos naturais, por exemplo, o formato retangular de certa mesa. As pregnâncias dizem respeito às escolhas que o sujeito enunciador/coletivo faz diante dos diferentes modos de apreensão dos fatos.

O patamar da semiologização diz respeito à conversão dos atributos, também chamados de traços noêmicos, em formas pré-semióticas: “uma modificação no modo de conceber uma estrutura social, uma inovação política ou um avanço científico ou tecnológico podem levar à subdivisão de um campo semântico em dois, transferir um elemento de um campo semântico a outro, e assim por diante” (PAIS, 2002, p.92).

A semiotização é um nível que depende da escolha, seja ela consciente ou não, da semiótica-objeto verbal, não verbal ou sincrética. De acordo com Pais (2002), “insere-se, nesse patamar do processo de enunciação de codificação, o percurso gerativo da enunciação, tal como formulado por Greimas”, ou seja, o fazer de um sujeito em busca de seu objeto de valor. “Ocorre, aqui, a passagem do nível cognitivo ao semiótico. Esta se dá através da lexemização, ou seja, através da escolha das lexias que vão ser utilizadas na atualização em discurso” (BATISTA, 2014, p. 116).

Por fim, chega-se à semiose, nível em que ocorre a produção, a acumulação e a transformação da significação resultando na produção do texto que é percebido pelo enunciatário (BATISTA, 2014).

1.3.Vertentes da semiótica contemporânea

O pensamento semiótico percorreu todos os períodos da história: instaurou-se na Antiguidade Clássica, com as contribuições de Platão e Aristóteles, transitou pela Idade Média, tendo como principal expoente Tomás de Aquino, fundador da escolástica, chegou à Idade Moderna, com destaque para John Locke, responsável pela introdução da semiótica propriamente dita, que atribuiu à doutrina dos signos o termo de semiótica.

A semiótica contemporânea é comumente dividida em três grandes vertentes distintas, mas abertas ao diálogo: a de tradição americana, cujo principal expoente é Charles Sanders

Peirce (1839-1914); a de vertente russa, que tomou como fundamento a contribuição dos formalistas russos para o estudo da arte; e a de linha francesa, tendo como fundador o lituano A. J. Greimas, o qual desenvolveu seus postulados semióticos inspirados no estruturalismo de Ferdinand de Saussure, posteriormente ressignificados pelo dinamarquês Louis Hjelmslev, e no gerativismo chomskiano.

Cada uma destas tendências deu origem a novos outros estudos, como a semiótica do teatro, que se edificou em território russo com Iúri Lotman e outros; a semiótica da imagem, de inclinação peirceana. Dos estudos franceses desenvolveram-se a semiótica tensiva, a semiótica das paixões, a semiótica da canção, a sociossemiótica e a semiótica das culturas.

Como forma de aprofundar os conhecimentos acerca do pensamento semiótico contemporâneo, considera-se apropriado a exposição dos principais postulados de cada vertente piloto, de modo a compreender seus objetivos frente ao universo da significação.

1.3.1. Semiótica filosófica

A fim de sintetizar a complexa teoria do signo de vertente lógico-gramatical, recorre-se aos trabalhos da semioticista Lúcia Santaella, uma das principais referências do Brasil no estudo da semiótica norte-americana. Charles Sandres Peirce foi o precursor da semiótica contemporânea, mas se dedicou também ao estudo de diversas áreas do conhecimento, como matemática, física, astronomia, linguística, filosofia. No entanto, sua maior atenção estava voltada para o estudo da lógica, o qual iniciou ainda aos doze anos de idade. Esmiuçou as cartas de Schiller, estudou a filosofia kantiana, o trabalho dos gregos, dos epicuristas e todos os idealistas.

A lógica compõe, com a ética e a com a estética, o conjunto de ciências que recebem os fundamentos da fenomenologia (ciência que investiga como as coisas em geral chegam à mente do indivíduo). De acordo com Santaella (2002, p. 3), a “lógica é a ciência das leis necessárias ao pensamento e das condições para se atingir a verdade”. Na perspectiva peirceana, há uma equivalência entre lógica e o termo “semiótica”: “em seu sentido geral, a lógica é, como acredito ter mostrado, apenas um outro nome para semiótica (σημειωτική), a quase-necessária, ou formal, doutrina dos signos”. (PEIRCE, 2005, p.45). Para o autor, a lógica ou semiótica compreende três ramos: a gramática especulativa ou gramática pura, a lógica propriamente dita e, por fim, a retórica pura, inspirada nos ideais kantianos. Dentre as citadas, o primeiro ramo compõe a base das demais, ou seja, é a gramática especulativa que vai atribuir conceitos

abstratos, portanto gerais, que determinarão as condições que farão com que certos processos sejam considerados signos. “Ela é uma teoria geral de todas as espécies de signos, das suas propriedades e seus comportamentos, dos seus modos de significação, de denotação de informação e de interpretação” (SANTAELLA, 2002, p.4).

A definição de signo proposta por Peirce resume-se em:

Aquilo que, sob certo aspecto ou modo, representa algo para alguém. Dirige-se a alguém, isto é, cria, na mente dessa pessoa, um signo equivalente, ou talvez um signo mais desenvolvido. Ao signo assim criado denomino interpretante do primeiro signo. O signo representa alguma coisa, seu objeto. Representa esse objeto não em todos os seus aspectos, mas com referência a um tipo de ideia que eu, por vezes, denominei fundamento do representâmen (PEIRCE, 2005, p. 46).

Comumente afirma-se que a definição de signo em Peirce é composta por uma estrutura triádica. No entanto, o semioticista Jacques Fontanille (2012) examinou a constituição do signo peirciano e constatou a presença de quatro elementos: (1) aquilo que representa (2) algo (3) para alguém (4) sob certo aspecto. Esta definição é condenada por Santaella como “abusivamente simplificadora, uma vez que ignora o rigor teórico de uma definição, que “deveria visar à descrição formal de um fenômeno *in abstracto*, de modo a permitir o mais amplo e dilatado campo de aplicações possíveis a fenômenos singulares e concretos que se enquadram na classe geral que a definição recobre” (SANTAELLA, 1995, p. 22).

A palavra “coisa”, na definição do signo, não deve ser compreendida simplesmente como um objeto existente, concreto. Na verdade, o objeto de um signo “pode ser um conjunto ou coleção de coisas, um evento ou ocorrência, ou ele pode ser da natureza de uma ‘ideia’ ou ‘abstração’ ou um ‘universal’” (SANTAELLA, 1995, p. 25). Com base nisso, verifica-se que o signo não se confunde com o objeto e não tem por si só o poder de recobrir aspectos do objeto, o que se explica, assim, sua incompletude. Paradoxalmente, o signo tende a desenvolver-se em um interpretante no qual busca completar-se.

Dessa maneira, foi inclinado para o estudo da Fenomenologia que Peirce edificou as bases de uma teoria dos signos. Para ele, fenômeno não se restringe ao domínio dos sentidos apenas, mas “qualquer coisa que aparece à mente, seja ela meramente sonhada, imaginada, concebida, vislumbrada, alucinada... Um devaneio, um cheiro, uma ideia geral e abstrata da ciência... Enfim, qualquer coisa”. (SANTAELLA, 1995, p.16).

Em suas conclusões, Peirce constatou que existem apenas três categorias elementares universalmente presentes em todo e qualquer fenômeno, as quais ele atribuiu os termos primeiridade, secundidade e terceiridade. Cada elemento está relacionado a uma ideia:

O primeiro está aliado às idéias de acaso, indeterminação, frescor, originalidade, espontaneidade, potencialidade, qualidade, presentidade, imediaticidade, mônada... O segundo às ideias de força bruta, ação, reação, conflito, aqui e agora, esforço e resistência, díada... O terceiro está ligado às ideias de generalidade, continuidade, crescimento, representação, mediação, tríada... (SANTAELLA, 1995, p.18).

De acordo com a autora, os signos em sua acepção genuína se encontram na categoria fenomenológica da terceiridade, mas há signos pertencentes à primeiridade e à secundidade. As tríades mais abordadas na teoria peirciana às quais o estudioso dedicou mais atenção, dizem respeito aos signos em si mesmos, ou seja, aqueles que são dotados de propriedades que não se confundem: “pela qualidade tudo pode ser signo, pela existência, tudo é signo, e pela lei, deve ser signo” (SANTAELLA, 2002, p. 12).

Dessa maneira, Peirce (2005) teorizou a divisão dos signos em três tricotomias. Na primeira tricotomia, o signo pode ser denominado Qualissigno, Sinsigno e Legissigno.

Funcionando como signo, a propriedade formal da qualidade é denominada qualissigno: “não pode realmente atuar como signo até que se corporifique; mas esta corporificação nada tem a ver com seu caráter como signo” (PEIRCE, 2005, p.52). Santaella exemplifica esse conceito com base na cor azul-claro que evoca um “poder de sugestão”, ou seja, faz o indivíduo lembrar do azul do céu, da roupa de um bebê. A cor azul, neste contexto, funciona como qualissigno do céu, da roupa.

A propriedade da existência, a qual permite que aquilo que existe no tempo e no espaço funcione como signo, é denominada de sinsigno: “uma coisa ou evento existente e real que é um signo. E só o pode ser através das suas qualidades, de tal modo que envolve um qualissigno ou, melhor, vários qualissignos” (PEIRCE, 2005, p.52). Santaella (2002) exemplifica este conceito utilizando o próprio ser humano e usa capacidade de emitir vários sinais como aqueles de se vestir, o jeito de andar, de falar.

Quando algo tem a propriedade da lei recebe o nome de legissigno, isto é, “uma lei que é um signo. Normalmente, esta lei é estabelecida pelos homens. Todo signo convencional é um legissigno (porém a recíproca não é verdadeira)” (PEIRCE, 2005, p.52). Para título de explicação, verifica-se que os fatos no mundo apresentam uma ordem natural, há uma “lei” que rege o fazer do homem e das coisas.

A segunda tricotomia diz respeito à denominação do signo em Ícone, Índice e Símbolo. Os três são definidos com base na relação que assume com o Objeto. “Um Ícone é um signo que se refere ao Objeto que denota apenas em virtude de seus caracteres próprios” (PEIRCE, 2005, p.52). Em outras palavras, o Ícone resulta da associação entre o qualissigno e o objeto; “um Índice é um signo que se refere ao Objeto que denota em virtude de ser realmente afetado por esse Objeto” (PEIRCE, 2005, p.52), ou seja, um índice é um signo que provém da relação do sinssigno com o objeto; por fim, “um símbolo é um signo que se refere ao Objeto que denota em virtude de uma lei” (PEIRCE, 2005, p.52). Logo, um símbolo é um signo que provém da relação do legissigno com o objeto.

Além disso, Peirce reconheceu dois modos de manifestação do objeto, ele pode ser dinâmico ou imediato. O acesso ao objeto dinâmico se dá pelo objeto imediato. Santaella exemplifica esta relação com base na referência a que as frases de uma língua se reportam: “a frase é um signo e aquilo sobre o que ela fala é o objeto dinâmico” (SANTAELLA, 2002, p.15). Já o objeto imediato, pode-se compreendê-lo a partir de uma simples pergunta: “de que maneira o signo representa, sugere, evoca aquilo a que ele se refere?”. A autora utiliza como exemplo o modo como uma notícia é veiculada em dois jornais distintos. A página do jornal é um signo, ela apropria-se do objeto dinâmico sob um determinado modo, aspecto, meio, e o resultado desta apreensão é o objeto imediato.

Peirce (2005) postula, ainda, uma terceira tricotomia dos signos: de acordo com ela, signo pode ser Rema, Dicissigno ou Dicente ou Argumento. Um Rema é um “Signo de possibilidade qualitativa, ou seja, é entendido como representando esta e aquela espécie de Objeto possível. Todo Rema propiciará, talvez, alguma informação, mas não é interpretado nesse sentido (PEIRCE, 2005, p.53). Com base nas tricotomias anteriores, percebe-se que o rema é uma conjectura ou uma interpretação hipotética de qualissignos icônicos. Santaella (2004) exemplifica o conceito por meio da inferência que alguém faz ao perceber que uma nuvem formava a imagem de um castelo.

Um Signo Dicente ou dicissigno é um signo de existência real. “Um Dicissigno necessariamente envolve, como parte dele, um Rema para descrever o fato que é interpretado como sendo por ela indicado” (PEIRCE, 2005, p.53). Conforme a lógica das tricotomias, o dicente está para sinsignos indiciais. Santaella (2004) utiliza o exemplo de quando alguém constata a existência de um copo sobre a mesa, em que tal realidade tem sua veracidade comprovada tendo em vista a localização espacial do objeto.

Seguindo o mesmo raciocínio, o Argumento “é um Signo que é entendido como representando seu Objeto em seu caráter de Signo” (PEIRCE, 2005, p.53), ou seja, o argumento está para legissignos simbólicos. A respeito disso, Peirce reflete sobre o “juízo”, como sendo um ato mental em direção à verdade de uma proposição feita por um jogador.

Por fim, estas colocações esboçam resumidamente uma pequena parte da contribuição peirciana sobre o signo. A obra de Charles Sanders Peirce é tão extensa que há uma estimativa de oitenta mil páginas não publicadas pelo filósofo. Por enquanto, a presente exposição é suficiente para compreender os princípios básicos da semiótica filosófica e o quão complexo é o tratamento fenomenológico dado ao signo.

1.3.2. Semiótica linguística

A semiótica de vertente francesa surgiu na *École des hautes études en sciences sociales*. Algirdas Julien Greimas é o lituano de origem russa e o fundador de uma teoria semiótica que se voltava para a análise narrativa dos discursos, a qual se subscreve no interior de uma narratologia e de ponderações sobre a construção de gramáticas narrativas.

O percurso gerativo da significação é um modelo de análise estrutural que vai do patamar mais concreto ao mais abstrato. Greimas propõe a noção de enunciado narrativo, substituindo o conceito de função de Vladimir Propp. No interior desse modelo, distinguem-se as estruturas semionarrativas e as estruturas discursivas, instâncias fundamentais do percurso gerativo global, ambas possuindo uma sintaxe e uma semântica. Na sintaxe, o sujeito relaciona-se com o objeto através da predicação do *fazer* (porque age em busca do objeto de valor) e do *ser* (porque apresenta a competência para agir). Na semântica, o sujeito se instaura como tal.

A narrativa, na perspectiva greimasiana, é vista como “um enunciado global produzido e comunicado por um sujeito narrador, decomposto em sequências de enunciados narrativos”. (GREIMAS, 1983, p. 50). Nesse âmbito, o semioticista reinterpreta a noção de *dramatis personae* advindas da tradição literária que reserva a significação do termo às pessoas humanas. A teoria semiótica institui o conceito de actante na instância narrativa para recobrir, além de seres humanos, objeto, conceitos; e de ator, recobrindo a instância discursiva.

O sujeito, o actante central da narrativa, estabelece com o objeto uma relação conjunta que se bifurca em conjunção ou disjunção. Dessa forma, na busca do sujeito pelos valores disseminados na narrativa, ele pode ter êxito ou fracasso. Caso obtenha sucesso, o sujeito entra em conjunção com o objeto, portanto, tem-se o enunciado conjuntivo (S $\cap$ O); se a busca resultar

em fracasso, há o estado disjuntivo entre sujeito e objeto, configurando-se, assim, um enunciado disjuntivo (SUO). Enunciados conjuntivos e disjuntivos são as duas possibilidades daquilo que a teoria semiótica denomina de enunciado de estado, indicando a natureza transitiva entre o sujeito e os valores pretendidos.

Na outra via, encontram-se o enunciado de fazer que é o “enunciado narrativo em que dois actantes, sujeito e o objeto, se relacionam pela função de transformação e que representa a passagem de um estado a outro” (BARROS, 1999, p.86).

À semântica do nível narrativo, a semiótica francesa atribuiu o nome de “modalização”, por se referir ao modo de instauração do Sujeito e acontece quando os predicados do *ser* e do *fazer* são regidos por outras cinco modalidades de predicado, quais sejam: querer, dever, saber, poder e crer. Portanto, com a junção das modalidades, chega-se aos seguintes predicados complexos: querer-ser, dever-ser, saber-ser, poder-ser, crer-ser, querer-fazer, dever-fazer, saber-fazer, poder-fazer, crer-fazer.

À sintaxe do nível discursivo, cabe analisar as relações intersubjetivas entre enunciador e enunciatário, os efeitos de realidade ou referente e os efeitos de proximidade e distanciamento produzidos pela enunciação. Esta é a instância que instaura as categorias de pessoa, de tempo e espaço discursivos, fazendo da narrativa um acontecimento real como se os sujeitos envolvidos nela fossem de carne e osso.

Nas relações intersubjetivas, ocorridas entre enunciador e enunciatário, o enunciador executa um fazer persuasivo, levando-o ao enunciatário, que executa um fazer interpretativo do que está sendo dito. Neste fazer persuasivo, o enunciador utiliza dois procedimentos para tentar manipular o enunciatário: os efeitos de realidade e os de proximidade e distanciamento.

No entender de Barros (1999, p. 61), os procedimentos de referência à realidade são: a) actorialização, que é a constituição das pessoas do discurso; b) espacialização, a constituição do espaço; c) temporalização, constituição do tempo.

A actorialização é o processo em que se dá a escolha do ator, que é uma entidade discursiva que cumpre papéis actanciais. Quando assume tais papéis, o ator se encontra na superfície narrativa, porém quando assume um papel temático, encontra-se na superfície discursiva. O papel temático “é a qualificação ou o atributo de um autor” (BATISTA, 2003, p.66). A espacialização se refere ao lugar propriamente dito e à percepção que os Sujeitos têm desse espaço. Deve-se levar em consideração o contexto sociocultural e o espaço discursivo que o emissor e o receptor vivem. A temporalização diz respeito à percepção que os sujeitos

têm ou não em relação ao tempo cronológico, englobando o tempo histórico, o momento de duração do discurso e o próprio tempo textual produzido pelo discurso.

A semântica do nível discursivo compreende os percursos temáticos e figurativos do enunciado, também chamados de procedimentos de tematização e figurativização. A tematização ocorre a partir do momento em que os valores narrativos assumidos pelo sujeito são formulados abstratamente e organizados em percursos que são constituídos de traços semânticos. Os temas são de natureza abstrata e estabelecem uma interpretação de todos os fatos que ocorrem no mundo.

A figurativização é o procedimento semântico por meio do qual os percursos temáticos são revestidos pelas figuras, que são conteúdos concretos do mundo natural e, como os temas, selecionam componentes do léxico da língua. Trata-se de um procedimento no qual figuras de expressão relacionam-se a outras figuras por isotopia semântica, resultando num conteúdo semântico o qual engendrará a(s) significação(ões) dos valores assumidos pelo sujeito da narrativa.

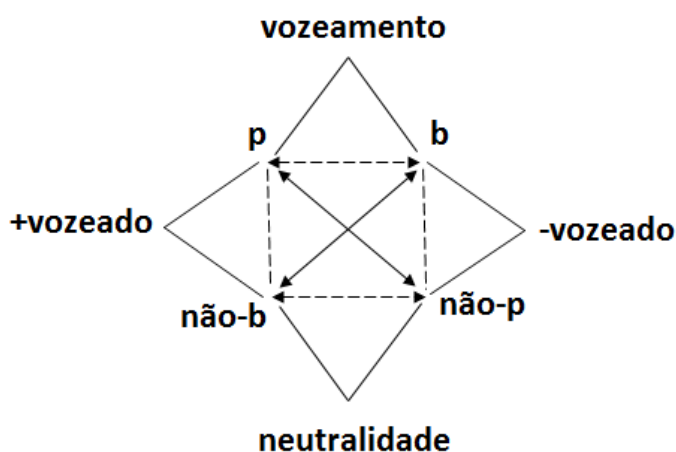
A tematização é o procedimento em que os valores disseminados ao longo da narrativa são arranjados em forma de temas. A tematização pode ainda incidir na figura do sujeito a partir do seu papel temático, que é a sua função social no discurso. Quando um determinado agente, seja, ele humano ou antropomorfizado, desempenhando um papel actancial no discurso e, ao mesmo tempo, possuindo uma dada função social, este indivíduo é reconhecido, em semântica discursiva, como um ator.

Além das estruturas narrativas e estruturas discursivas, a semiótica de linha francesa desenvolveu ainda o nível/semântica fundamental. Em parceria com François Rastier, Greimas, em “O Jogo das Restrições Semióticas”, conceitua as estruturas profundas definidoras da “maneira de ser fundamental de um indivíduo ou de uma sociedade e que determinam as condições de existência dos objetos semióticos”. (GREIMAS, 1975, p.127).

Inicialmente, a estrutura elementar da significação era representada através de um quadrado semiótico. Posteriormente, com as contribuições de vários autores, principalmente o brasileiro Cidmar Teodoro Pais (1993), tal modelo foi ampliado na forma de um octógono semiótico. Destarte, para se obter a estrutura fundamental ou profunda de um texto, a primeira operação consiste em estabelecer o eixo semântico primário, o qual articula dois termos em oposição, mas que, de alguma forma, compartilhem de um universo semântico comum.

A título de exemplificação, pode-se contrapor dois semas /p/ vs /b/, pois são dois elementos que compartilham de certas características fônicas. Estabeleceu-se, portanto, a

constituição dos termos contrários. A segunda etapa consiste em instituir as dêixis por meio da operação de implicação inserindo a partícula de negação aos semas opostos: /p/ implicando em /não-b/, forma a dêixis positiva, enquanto /b/ implicando em /não-p/, obtém-se a dêixis negativa. A negação indica a ausência de alguma propriedade sêmica ao termo que a recebe, por isso a expressão “restrição semiótica” a qual Greimas se referia. Espacialmente, os três procedimentos são resumidos em um octógono semiótico cujos pontos de junção dos opostos representam as tensões ou conflitos da narrativa:



1.3.3. Semiótica da cultura/das culturas

Os estudos culturais sob o olhar semiótico foram desenvolvidos por duas vertentes: uma de origem russa, representada pelos estudos de Lótman, e outra de origem francesa que teve em Rastier seu principal representante na França. No Brasil, há os trabalhos de Irene Machado, para a primeira linha e de Pais, para a segunda linha. Na sequência, delineiam-se essas tendências e as discussões mais importantes que vêm sendo realizadas em torno de ambas.

Os pesquisadores russos não foram apenas teóricos dedicados ao estudo do signo, mas foram também críticos, artistas, filósofos, antropólogos, historiadores. Porém, os estudos em semiótica soviética tiveram sua origem na Escola de Semiótica de Tártu-Moscou. Iúri M. Lótman fornece a direção do empreendimento da semiótica de origem russa: “a questão da relação entre ciência e arte merece nossa atenção” (LÓTMAN, 1981, p.27).

A problemática que motivou a curiosidade dos semioticistas russos foi a relação entre natureza e cultura em suas implicações no processo da semiose nas mais variadas esferas

comunicacionais. Tal inquietação iniciou-se no século XVIII com um dos fundadores da Universidade de Moscou, Mikhail Vasilyevich Lomonósov (1711-1765), para o qual, a linguagem é o elo de mediação entre fenômenos/domínios diversificados: em suma, indaga-se sobre a interação entre natureza e cultura, o papel da linguagem na cultura, do mundo enquanto linguagem. (MACHADO, 2003)

Os teóricos russos posicionaram-se contra a noção de totalidade. À guisa de explicação, significa que a linguagem como sistema codificado não seria suficiente para abarcar a codificação de outros sistemas semióticos como a literatura, a música, a pintura, o mito, o folclore, a religião, as artes em geral. (MACHADO, 2003)

No entanto, a codificação dos diversos sistemas semióticos culturais não acontece de forma independente, mas em relação dialógica e no interior de uma grande tradição. Entra, agora, a contribuição do Mikhail Bakhtin para o estudo da cultura. De acordo com o filósofo:

A cultura alheia só se manifesta mais completa e profundamente aos olhos de outra cultura [...]. Dirigimos à cultura alheia novas perguntas que ela não havia se colocado, buscamos sua resposta a nossas perguntas e a cultura alheia nos responde descobrindo diante de nós seus novos aspectos, suas novas possibilidades de sentido [...]. No encontro dialógico, as duas culturas não se fundem nem se mesclam, cada uma conserva sua unidade e sua totalidade aberta, porém ambas se enriquecem mutuamente (BAKHTIN, 1982, p.352 apud MACHADO, 1982, p. 352).

A reflexão bakhtiniana, além do diálogo explícito entre comunidades humanas, direciona seu olhar para uma autorreflexão dos códigos culturais desses mesmos povos. Além disso, percebe-se um constante processo de abertura e fechamento, de modo que nem uma e nem outra cultura abandona seus códigos já estabelecidos.

Além disso, considerou-se o binarismo jakobsoniano como uma das coordenadas da semiótica da cultura. Roman Jakobson desenvolveu, no campo da fonologia, a noção de feixe de traços semânticos para a designação de fonema. Assim, a noção de “traço” foi adotada pela semiótica russa contra a questão da totalidade na linguagem. Formavam-se, assim, as bases para a instituição de uma “semiótica sistêmica”: relacionadas entre si, as esferas que compõe uma cultura são feixes de traços distintivos em interação. Dessa forma, as bases de uma semiótica sistêmica foram erigidas sob uma abordagem transdisciplinar que, além de análises binárias, considerou um contexto proveniente das contribuições da cibernética, da teoria da comunicação e da informação. Com base nisso, a noção de cultura, para essa vertente semiótica, não se confunde com a de sociedade, mas “significa o processamento de informações e,

consequentemente, organização em algum sistema de signos, ou de códigos culturais” (MACHADO, 2003, p.33).

A partir de então, elucida-se o que a semiótica da cultura entende por texto, ressaltando que os semioticistas russos empreenderam esforços no campo das artes em geral e não na cultura em si, mas na busca do conhecimento das linguagens da cultura, ou seja, nos sistemas de signos da cultura que constituem um texto. Assim, a cultura é comparável a um grande texto ou, como se diz habitualmente, o “texto da cultura”. Não por acaso, Borís A. Uspenskii afirma que “A obra de arte pode ser considerada como um texto composto de símbolos a que cada um atribui por sua conta e risco um conteúdo”. (USPENSKII, 1980, p. 31).

Sobre o conceito de texto, Lótman fornece as bases para a sua definição:

- 1) A expressão: um texto é fixado por meio de signos. A expressão informa que o texto, além dos elementos sistêmicos, possui sempre elementos extra-sistêmicos. Texto é a “realização de um sistema, a sua encarnação material. Na antinomia saussuriana da língua e da palavra, o texto pertencerá sempre ao domínio da palavra”. (LÓTMAN, 1978, p. 104)
- 2) A delimitação: Para Lótman a noção de limite difere de texto para texto, “é o princípio e o fim dos textos com uma estrutura desenvolvida no tempo”. (LÓTMAN, 1978, p. 105). Nesta definição, o estudioso russo cita como exemplo o quadro na área da pintura e a ribalta, do teatro. Em outro momento, o texto caracteriza-se por uma significação própria e realiza uma função cultural determinada e transmite uma significação acabada, como se verifica quando o texto é um romance, um poema, uma oração. (LÓTMAN, 1978)
- 3) Caráter estrutural: este fator está intrinsecamente ligado ao anterior, a delimitação. Ademais, uma sequência de signos no intervalo de dois limites externos não se caracteriza como texto, considera-se, também, a sua organização interna.

De acordo com Irene Machado (2003), como se sabe, o grupo de estudos em semiótica da cultura dedicou-se inicialmente ao estudo dos sistemas de signos, a saber: literatura, religião, mito e folclore, cinema, teatro, ritos. Inicialmente, estes sistemas culturais são carentes de estrutura ou de um tipo de organização, e para estudar a linguagem desses sistemas, os semioticistas russos desenvolveram a teoria da modelização.

Instituíram-se, assim, o sistema modelizante de primeiro grau, a língua natural, e o sistema modelizante de segundo grau, os demais sistemas culturais que “buscarão” sua estruturalidade na língua: “os sistemas culturais são textos não porque se reduzem à língua, mas porque sua estruturalidade procede da modelização a partir da língua natural (MACHADO, 2003, p.39). O termo “modelizar” pode induzir um leitor a pensar na ação de produzir modelos,

contudo, trata-se de estabelecer correlações e transformar sinais em códigos é um processo genuinamente semiótico.

Outro conceito que compõe o arcabouço teórico da semiótica russa é o de semiosfera. Esta noção foi desenvolvida em analogia com conceito de biosfera, compreendida como todo o conjunto da matéria viva no planeta, e noosfera, etapa de existência material e espacial, que está diretamente relacionada à atividade intelectual do homem. Trata-se do *continuum* semiótico constituído de “formaciones semióticas de diversos tipos y que se hallan en diversos niveles de organización”³ (LÓTMAN, 1996, p.22). O espaço da semiosfera como espaço semiótico tem caráter abstrato, contudo Lotman adverte que este espaço não se define em termos metafóricos. Em seu interior, são possíveis a realização de processos comunicativos e a produção de novas informações (LÓTMAN, 1996, p.23). Portanto, a semiosfera é um ambiente em que se dá o constante diálogo entre todo e quaisquer tipos de formações semióticas.

Após o rápido exame da vertente de estudos da semiótica da cultura, verifica-se como se edifica o pensamento da abordagem da semiótica das culturas.

Clifford Geertz, (1926-2006), antropólogo estadunidense, publicou em 1973 a obra *A interpretação das culturas*. Nela, o estudioso estampa o que ele compreende por cultura, explicitando sobre tal um olhar semiótico. Geertz apoia-se no pensamento sociológico de Max Weber segundo o qual o homem, ao tecer teias de significados se encontra amarrados a elas: “assumo a cultura como sendo essas teias e a sua análise; portanto, não como uma ciência experimental em busca de leis, mas como uma ciência interpretativa, à procura do significado” (GEERTZ, 1973, p.5).

Com base no exposto, Pais (2009) assinalara o ramo de estudos da semiótica das culturas como ciência da interpretação. O linguista compartilha da mesma postura de Rastier (2009) que enuncia o projeto de uma semiótica das culturas. Para o linguista, a vocação epistemológica deste projeto se inscreve em alguns poucos objetivos, mas o principal deles é reunir ou agregar as ciências da cultura em torno dos conceitos de linguagem e interpretação.

Mas o que Rastier compreende por ciências da cultura? O estudioso critica a concepção dualista entre “ciências da natureza” e “ciências do espírito” proposta pelo filósofo Wilhelm Dilthey. Primeiramente, a expressão “ciências da cultura” surge como uma forma de substituir o que se considerava como “ciências do espírito”, expressão bastante vaga na perspectiva de Rastier, por se apresentar como uma espécie de “espiritualismo individualizante”. Por outro

³ “Formações semióticas de diversos tipos e que se acham em diversos níveis de organização” (LOTMAN, 1996, p.22, tradução nossa)

lado, a expressão “ciências sociais” possui um sentido bastante restritivo no tocante à instituição de uma semiótica que tenha como objeto a descrição da complexidade das sociedades humanas. Em suma, as ciências da cultura são as únicas que podem explicar o caráter semiótico do universo humano (RASTIER, 2009).

No que se refere à instância temporal que caracterizam as ciências da cultura, Rastier (2009, p.46) reflete que: “se as ciências naturais se satisfazem com o tempo darwiniano da evolução, as ciências da cultura se movem em um tempo ‘lamarckiano’, feito de tradições e rupturas”. Com base nisso, a perspectiva biológica do naturalista francês Jean-Baptiste Lamarck tem como fundamento as alterações sofridas no corpo do organismo e são transmitidas às próximas gerações.

Pais (2009, p.20) afirma que “preliminarmente uma semiótica das culturas tem por objeto as culturas humanas e sua diversidade”. Ressalta que a eficácia desta corrente de estudos está fundada em uma abordagem intercultural e multicultural, fazendo comparações entre culturas diferentes. Neste âmbito, a semiótica das culturas assume, pois, o caráter de uma semiótica interpretativa (RASTIER & BOUQUET, 2002, p. 4).

De acordo com Pais (2009), o que confere ao homem sua condição humana é o fato de ele ser o único ser pensante do planeta que possui diversidade linguística, cultural, social e histórica. Dessa forma, “é precisamente a cultura e a diversificação das culturas que distinguem as sociedades humanas” (RASTIER, 2001, p.13). Logo, os semioticista dessa vertente de estudos consideram que a história da humanidade está intrinsecamente ligada ao processo histórico das culturas e sua diversidade.

Portanto, para dar conta desses fatores é que se institui uma semiótica das culturas, uma vez que uma comunidade linguística e sociocultural se constitui de “um complexo que compreende uma língua, práticas semióticas não-verbais e sincréticas (ou complexas), que constituem sua macrossemiótica” (PAIS, 2009, p.20).

1.3.4. Da semiótica das culturas ao cosmopolitismo cultural

O pensador e semioticista François Rastier, colaborador da vertente de estudos semióticos franceses, sob a direção de A. J. Greimas, concebe a semiótica das culturas não uma mera disciplina, mas um projeto capaz de “redefinir a especificidade das ciências humanas e naturais”. A perspectiva adotada segue uma direção que parte do geral para o específico, uma vez que “as culturas abrangem a totalidade dos fatos humanos, até a formação dos sujeitos. Elas

se tornam, entretanto, difíceis de conceber, por causa da ausência precisamente de um ponto de vista semiótico sobre a cultura” (RASTIER, 2009, p.45).

Dessa forma, Pais (2009) ressalta que caracterizar uma determinada cultura por suas especificidades exige uma dinâmica voltada para o estabelecimento de comparações com outras culturas humanas, vistas por sua imensa diversidade, não importando se estão situadas no presente ou no passado. Logo, para o semioticista, a cultura é um sistema aberto, uma vez que é no contato com outras culturas que se dá a sua formação, desenvolvimento e evolução.

Do ponto de vista semiótico, uma cultura pode ser compreendida como um complexo sistema de textos e discursos no interior de uma macrossemiótica a qual englobam os sistemas semióticos verbais, não verbais e sincréticos ou complexos. Além disso, o autor concorda com a reflexão de Rastier e Bouquet segundo a qual cada cultura pode ser caracterizada por um processo de cognição: « le paradigme d’une sémiotique de l’interprétation se revele fédérateur des sciences de la culture que peuvent être regardées comme les sciences d’une cognition située, au sens où cette cognition est située dans um cadre culturel » (RASTIER & BOUQUET, 2002, p.35).

Dessa forma, a perspectiva cosmopolita abordada nesta discussão não se confina à noção de “sociedade moderna” e não se limita às fronteiras geográficas. Compreende-se cosmopolitismo no interior de um universo intercultural em consonância com a diversidade e em contraposição ao mundo físico, caracterizado pela uniformidade. Nesse viés, Rastier entende que as ciências da cultura são as únicas que dão conta do caráter semiótico do universo humano.

Desde os primeiros programas de antropologia comparada, notadamente o de Humboldt, o objeto das ciências da cultura não é mais o homem em si, nem a sociedade e sim a diversidade humana, na sua dimensão histórica. Além das metáforas biológicas recorrentes hoje, a humanidade não pode se definir, unicamente pelo seu genoma: o plurilinguismo e a tradução são provas quotidianas de que a humanidade existe “por construção” e se constitui primeiramente na dimensão cultural (RASTIER, 2015, p.23).

Assim, conforme Rastier, é apenas sob o ponto de vista cosmopolita que uma cultura pode ser compreendida. Neste âmbito, um objeto cultural é, potencialmente, cosmopolita tanto na sua criação como na sua interpretação. Como exemplo, Rastier (2015) cita o Taj Mahal, cuja arquitetura incorpora elementos iranianos, indianos e orientais, mistura de vivenda veneziana e de mausoléu islâmico.

Portanto, o projeto de uma semiótica das culturas (no plural) volta-se para a diversidade humana, unifica disciplinas históricas e comparativas, como a linguística, antropologia, ciências das religiões, mitologia, folclore. Logo, abordam-se os sistemas de valores sob uma perspectiva multidisciplinar e, ainda, a comparação entre culturas de modo a identificar as suas especificidades.

O extremo oposto do pensamento cosmopolita é a barbárie. Conforme o Abbagnano (2007), foi com esse termo que o filósofo Giambattista Vico atribuiu a saída do ser humano de “estado primitivo” ou “selvagem” por temor à divindade. Logo, onde reina barbárie, é impossível haver aceitação das diferenças, haja vista que interculturalidade pressupõe um pluriculturalismo de ideias. Portanto, o convívio com a diversidade requer uma postura sobretudo receptiva e de respeito ao humano, entendendo que, além das fronteiras geográficas, todos fazem parte de um mesmo planeta, compartilham dos mesmos meios de subsistência. Batista (2001) conclui que:

uma concepção intercultural de povo vincula todos a partir da própria experiência humana da comunicação e é ela que nos dá um conceito apto a respeitar a diversidade cultural existente. É a comunicação que nos fornece a habilidade de traduzir culturas diferentes e de ser e continuar sendo povo no desenvolvimento e incorporação dos saberes produzidos popularmente (BATISTA, 2021, p. 24).

Em seus escritos sobre semiótica das culturas, Rastier (2010) postula o fundamento antropológico da semiótica baseando-se em duas ciências, a ontologia e a antropologia. Em primeira instância, a filosofia “adotou” o plano ontológico, aderido pela teologia cristã, conforme se observa nos trabalhos de Santo Agostinho com a retomada das ideias de Platão e São Tomás de Aquino com cristianização da filosofia aristotélica. Em segundo plano, o projeto de antropologia semiótica baseia-se no abandono de uma perspectiva meramente filosófica para aderir ao domínio das ciências sociais, adotando uma postura que considere “a diversidade das línguas e a multiplicidade dos sistemas de sinais” (RASTIER, 2010, p.16). Na perspectiva do semioticista, um dos objetivos desse projeto é propor uma abordagem mais abrangente à linguística histórica e comparada, a fim de atingir outros sistemas de sinais, como a musicologia comparada (exemplo sugerido pelo autor).

Com base nessa atmosfera de evolução biológica em que se harmonizam seres vivos e o ambiente, Rastier pensou a relação do indivíduo com a sociedade. Assim, postula a especificidade semiótica do ambiente humano com base na definição de Umwelt e Welt do biólogo Jakob Uexküll. Este emprega constantemente o termo “Umwelt” (Meio Ambiente, em

alemão corriqueiro) no sentido de “mundo próprio”, ou seja, na explicação do seu filho, “uma construção programática interna específica de cada espécie de intérprete acerca do que subjetivamente ‘merece’ ser percebido daquele ambiente externo, segundo as disposições e interesses comportamentais da espécie” (VON UEXKÜLL, 2004, p.24). Assim, Jakob Uexküll distingue o mundo-de-percepção, como tudo aquilo que um sujeito assinala, e o mundo-de-ação, ou o que ele realiza. Estes mundos formam o mundo-próprio do sujeito (UEXKÜLL, 1959).

Com base nisso, Rastier (2010) diferencia o Umwelt como “entorno”, onde se situam os níveis de apresentações e os níveis das práticas semióticas, e Welt como “Mundo-oculto”, onde se situam os níveis fenofísicos. Desses três níveis resultam, portanto, três praxeologias, a saber: a) a representacional: artes, memória, raciocínio, esforço memorial, etc. b) a semiótica no âmbito da geração e interpretação dos desempenhos semióticos e c) física, interesse pela atividade técnica e produtiva.

Na perspectiva de Rastier, as ações ou práticas sociais caracterizam todo o universo humano. Logo, o linguista formulou uma teoria da ação que considere o nível semiótico do entorno humano. Desse modo, instituiu quatro rupturas categoriais que, de certa forma, constituem a base dos princípios de uma língua natural: a ruptura pessoal trata da oposição entre as formas interlocutivas da primeira e da segunda pessoa do discurso (EU e TU) e as formas gramaticais de terceira pessoa (ELE, SE, ISTO). O linguista Émile Benveniste já anunciara esta oposição para descrever o aparato formal da enunciação. Em seguida, há a ruptura local que opõe as noções espaciais do AQUI em relação ao ALI/OUTRO LUGAR. Depois, a ruptura temporal coloca em oposição as noções de AGORA/RECENTE e o FUTURO ou PASSADO. Convém salientar que “agora” não se confina a ideia de presente da enunciação, mas um “agora” situado em qualquer tempo, seja ele próximo ou distante. A quarta ruptura é a modal, ou seja, ela vai opor o CERTO e o PROVÁVEL ao POSSÍVEL e ao IRREAL. Segundo Rastier: “Essas rupturas categoriais são, geralmente, gramaticalizadas e, por conseguinte, objeto de escolhas incessantes e obrigatórias dos locutores, devendo qualquer enunciado estar situado em, pelo menos, uma das zonas que elas delimitam” (RASTIER, 2010, p. 22).

A partir disto, Rastier (2010) postula a existência de três zonas que cada ruptura articula: a zona de coincidência também chamada de identitária, a zona de adjacência ou proximal e a zona de distanciamento ou distal.

	Z. Identitária	Z. proximal	Z. distal
Pessoa	EU, NÓS	TU, VÓS	ELE, SE, ISTO
Tempo	AGORA	RECENTE EM SEGUIDA	PASSADO FUTURO
Espaço	AQUI	ALI	LÁ, ACOLÁ ALHURES
Modo	CERTO	PROVÁVEL	POSSÍVEL IRREAL
	↑ fr. empírica ↑ fr. transcendente		

Para Rastier, as zonas identitária e proximal não estão em oposição entre si, mas em relação com a zona distal. Assim, as duas primeiras representam o “mundo óbvio”, enquanto a última representa o “mundo ausente”. Ao comparar as linguagens dos animais com as línguas naturais, ele afirma que estas possuem a particularidade de falar daquilo que não está mediado no “aqui” e “agora”, ou seja, podem verbalizar eventos passados e futuros, enquanto às primeiras só podem ater-se ao aqui e ao agora.

Por conseguinte, Rastier reflete que a língua é o sistema de signos capaz de designar as ausências, por isso sua inscrição na zona distal. Dessa forma, é por meio da atividade discursiva da língua que se conhece as narrativas míticas, o acesso ao onírico e os discursos religiosos pós-vida, isto é, “mundos ausentes”.

Além do exposto, verifica-se, pelo quadro acima, a existência de duas linhas fronteiriças: a fronteira empírica que recobre as zonas identitária e proximal e região onde se localizam os fetiches. Estas se opõem à fronteira transcendente, que recobre a região onde se encontram os ídolos. Com o intuito de elucidar tais apontamentos teóricos, Rastier cita objetos culturais que compõe essas categorias. Nesse sentido, a metáfora estaria na ordem do ídolo, enquanto a metonímia, do fetiche; teorias filosóficas, científicas, religiosas, rituais, obras de arte são exemplos ídolos; ferramentas, objetos transacionais como a boneca, fantasmas, ferramentas representam *fetiches*.

Com base no exposto, Rastier situa aqueles três níveis das práticas e as três zonas antrópicas em dois eixos. Assim, os níveis físico, semiótico e de apresentação definem o eixo da cognição ou, de forma mais pragmática, os papéis que os signos desempenham na cognição humana. No entanto, desses três níveis, o semiótico é aquele que desempenha um papel central, uma vez que possibilita as operações cognitivas entre o nível físico e o das apresentações e, além disso, torna possível a dinâmica entre as três zonas do entorno. Na primeira função, fala-se em mediação semiótica e na segunda, mediação simbólica.

Em suas ponderações teórico-filosóficas, Rastier propõe a reflexão entre comunicação e transmissão no interior do entorno humano. Para dar conta dos aspectos relacionados à comunicação, retoma-se uma ideia anterior a respeito da qual a comunicação animal difere da comunicação humana pela razão desta endereçar-se a algo que não está “lá” ou, em termos gramaticais, no presente da enunciação. Nesse sentido, a zona do entorno sobre a qual repousa este “lá” é a zona distal. De acordo com o semioticista, esta zona rege a zona identitária e a proximal. Ela é responsável por revelar e evidenciar as diferenças culturais propriamente ditas, as leis, as crenças e os compartilhamentos ou trocas sociais.

Logo, Rastier adverte sobre a necessidade de uma prática que leve em consideração o nível semiótico e, por essa razão, concebe o papel dos gêneros orais e escritos imprescindíveis para essa empresa. Estes advêm das práticas sociais e dos discursos que delas emanam. Nesses termos, como os gêneros se manifestam em textos, então “todo texto é a parte semiótica, preponderante ou não, de um percurso de ação” (Rastier, 2010. p. 20). Ainda sobre este aspecto, em artigo intitulado “*Des genres à l’intertexte*”, o autor aponta que “os gêneros são meios de mediação simbólica que articulam o individual e o social, e de mediação semiótica, aquela que separa o físico do representacional” (Rastier 1999, p.107). Conclui-se, assim, que o autor considera o estudo do gênero como parte constitutiva de uma semiótica das culturas, inserindo-o no interior das zonas antrópicas do entorno humano.

2. A CAMPANHA DA FRATERNIDADE: CONSTRUÇÃO E ATUAÇÃO

Expor como se deu a gênese da Campanha da Fraternidade é antes de tudo compreender o processo de formação da sua principal fonte de divulgação, a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil ou, simplesmente, CNBB.

De acordo com a pesquisa de Vanzella (2009), a ideia da criação da CNBB nasceu dos inúmeros Encontros Regionais de Bispos com a organização do padre Hélder Pessoa Câmara, também Assistente Geral da Ação Católica Brasileira, cujo primeiro trabalho foi fundar o Secretariado Nacional da Ação Católica Brasileira, atuando com outros membros colaboradores, a fim de propor iniciativas que ajudassem os bispos a equacionar seus problemas locais. Além disso, Condini (2015) complementa que a CNBB nasceu de uma intensa campanha perante os bispos do Brasil e o Vaticano, em uma jornada que já durava cinco anos, uma vez que, no final de 1947, Dom Hélder reforçava a ideia de uma aproximação episcopal mais integrada e unificada, de modo a facilitar a comunicação entre as lideranças e discutir problemas referentes à Igreja, à nação brasileira, bem como propondo alternativas para solucioná-los. Em outubro de 1952, no mesmo ano em que Dom Hélder ordenou-se bispo, ocorreu a fundação da CNBB.

Convém destacar o principal argumento utilizado por Dom Hélder para convencer o Monsenhor Montini (que se tornaria, anos depois, o Papa Paulo VI):

Monsenhor Montini, nós temos, no Brasil, a possibilidade de criar um modelo quase ideal de relacionamento entre Igreja e Estado. O catolicismo entre nós não tem o estatuto de religião oficial, mas há um grande respeito mútuo entre Igreja e governo, e trabalhamos em leal colaboração. Uma assembleia episcopal será um instrumento que facilitará enormemente essa colaboração (PILETTI & PRAXEDES, 1997, p. 183).

No apelo de Dom Hélder, é perceptível o interesse pela integração entre Igreja e Estado, mas acima de tudo a consolidação de uma hegemonia católica no território brasileiro. Convém salientar que o projeto de se estabelecer uma Conferência Nacional dos Bispos do Brasil foi erigido sob um conjunto de ações em nível profissional pelo próprio idealizador, bem como o amadurecimento, ao longo dos anos, de uma nova mentalidade. Exemplificando tal ideia, constatou-se que, ainda muito jovem, o sacerdote Dom Hélder mantivera aproximações com as classes mais populares, com ênfase na participação feminina, tanto que fundou a Sindicalização Operária Católica Feminino, no qual reuniu trabalhadoras cearenses de diferentes ramos, como cozinheira, copeira, doméstica, lavadeiras, com objetivo de proporcionar a trabalhadores e trabalhadoras uma formação educacional.

Como se percebe, a inquietação de Dom Hélder para com as práticas educacionais, de modo a alcançar as classes populares, constitui o fundamento de toda sua ação, organizando grupos como a JOC (Juventude Operária Católica), cuja função era organizar escolas e núcleos de diversão em Fortaleza. Trabalhou, ainda, como professor universitário; exerceu atividades no Ministério da Educação e lutou para introduzir o ensino religioso nas escolas públicas, com o argumento da salvação das almas diante do ateísmo e do comunismo. Todo este aspecto de ordem formativa, profissional e até mesmo ideológico deve ser levado em consideração quando se estuda os alicerces sobre os quais a CNBB foi fundamentada no início de sua criação.

Além disso, um fator de ordem ideológica marcou profundamente tal edificação: a mudança de mentalidade pela qual passou Dom Hélder. Em princípio, o padre torna-se Secretário de estudos da Ação Integralista Brasileira e principal propagandista do integralismo. O problema é que este movimento surgira como resistência às ideias liberais da época: era inspirado nos ideais fascistas, caracterizado por práticas autoritárias e antiliberais. O que aproximou Dom Hélder de tal ideologia foi principalmente o repúdio à ideologia comunista da URSS, a qual a Igreja combatia veemente. No entanto, essa adesão foi desfeita e, abandonando a Ação Integralista Brasileira, superou as concepções do catolicismo conservador, mergulhando na reconciliação de uma prática católica calcada na filosofia democrático-liberal do pensador francês Jacques Maritain. A nova postura filosófica compreendia a tolerância às diferenças, respeito ao pluralismo político e religioso e a preservação da liberdade dos indivíduos ou dos grupos.

Dessa forma, compreende-se como os valores, as trajetórias de um indivíduo influenciaram, fortemente, na constituição das raízes éticas e morais cunhadas pela CNBB, consequentemente, influenciando o *modus operandi* da Campanha da Fraternidade.

Do Rio de Janeiro para Olinda (1964-1985), Dom Hélder ficou conhecido mundialmente como o arauto dos “sem vez” e dos sem voz”, trabalhando intensamente em prol dos direitos humanos.

A cidade de Natal (RN) foi palco do surgimento da Campanha da Fraternidade também por razões históricas. De acordo com Vanzella (2009), vivia-se as tensões causadas pela Segunda Guerra Mundial. Como forma de apoio, a cidade potiguar foi escolhida como base militar das tropas americanas que lutavam no norte da África por ser uma área geograficamente privilegiada em direção ao continente negro. Resultado, a cidade cresceu vertiginosamente: conforme o Censo demográfico do IBGE em 1940, Natal possuía aproximadamente cinquenta e quatro mil habitantes. Em 1950, chegou a pouco mais de 103 mil habitantes. Resultado disso,

a igreja estava diante de problemas que exigiam um compromisso social mais aguçado. Com o fim da guerra e a partida dos soldados norte-americanos, Natal presenciou uma crise social de larga escala. “Terminada a guerra, Natal experimentou o desemprego, o desalento, a pobreza, a desorganização das famílias” (Lima, 1999, p. 81). A situação necessitava de uma postura da Igreja: a partir de 1945 a Ação Católica realiza a Primeira Semana da Ação Católica como fato concreto que inserira os problemas sociais dentre as ações da Igreja, pois até então sua preocupação fora com problemas religiosos e missionários (VANZELLA, 2009)

Nessa direção, foi muito importante a atuação da Caritas Brasileira, um organismo da CNBB fundado em 12 de novembro de 1956, que desenvolve ações no âmbito social. Atuando diretamente na defesa dos direitos humanos, logo participa na preservação da vida humana. Por meio de um projeto de desenvolvimento ecumênico e solidário, almeja uma sociedade com mais justiça, igualdade e pluralidade para todos, embora sua meta sejam os excluídos. *Caritas* é expressão de origem latina e significa caridade. (CNBB, 2004)

A Caritas Brasileira, presidida por Dom Eugênio de Araújo Sales (responsável pelo Secretariado de Ação Social), idealizou a Campanha da Fraternidade no ano de 1961. Inicialmente, era uma atividade que visava à arrecadação de fundos para custear os serviços assistenciais e promocionais da instituição e, dessa forma, torná-la autônoma financeiramente. A efetiva realização dessa ação ocorreu no ano seguinte, na cidade de Natal (RN), e contou com o apoio financeiro de Bispos norte-americanos. Em 1963, dezesseis dioceses do Nordeste realizaram a Campanha, porém sem êxito financeiro. (CNBB, 1997)

Um evento que inspirou os membros da igreja e contribuiu fortemente para a concepção, estruturação e encaminhamentos da Campanha da Fraternidade foi a convocação do Concílio Vaticano II, feita pelo Papa João XXIII, no dia 25 de dezembro de 1961.

A Campanha da Fraternidade, na forma como a conhecemos hoje, teve sua primeira manifestação em 1964 e teve o tema: Campanha da Fraternidade e o lema: Lembre-se: você também é Igreja. A ideia central era colocar os fiéis em uma posição protagonista diante das obras sociais mantidas pela Igreja.

Até 1965, a Caritas e a Campanha da Fraternidade foram vinculadas ao Secretariado Geral da CNBB, uma vez que, originalmente, pertenciam ao Secretariado Nacional de Ação Social. Dessa forma, a CNBB assume a CF como evento anual dando-lhe suporte institucional, atribuindo-lhe legitimidade e sua realização aconteceria em todas as Dioceses do país. Nesta transição, foi estabelecida a estrutura básica da campanha que tem como objetivos permanentes:

despertar o espírito comunitário e cristão no povo de Deus, comprometendo, em particular, os cristãos na busca do bem comum; educar para a vida em fraternidade, a partir da justiça e do amor, exigência central do Evangelho; renovar a consciência da responsabilidade de todos pela ação da Igreja na Evangelização, na promoção humana, em vista de uma sociedade justa e solidária: todos devem evangelizar e todos devem sustentar a ação evangelizadora e libertadora da Igreja (COMUNICADO MENSAL DA CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL, 2007, p.163).

Para situar, temporalmente, a Campanha da Fraternidade, faz-se oportuno compreender o funcionamento do Ano Litúrgico vivenciado pela Igreja Católica. De acordo com Martini (2008), o ano civil que se inicia em janeiro e finda em dezembro, também denominado de ano cósmico não coincide com o ano Litúrgico ou ano Eclesiástico. Este, inicia-se com o Ciclo do Natal, que compreende o tempo do Advento (em dezembro), o próprio Natal e a Epifania. Depois, inicia-se a primeira parte do Tempo Comum, que será interrompida com a chegada do Ciclo Pascal, iniciando com a Quaresma (de março a abril) e a Páscoa. Por fim, dá-se continuidade à segunda parte do Tempo Comum.

A Campanha da Fraternidade inicia-se em concomitância com o período quaresmal, exclusivamente na quarta-feira de cinzas, uma vez que a Quaresma é um período de penitência para os fiéis, que são chamados a viver na simplicidade, praticando a oração, o jejum e a esmola.

Em toda sua história, a CF traz, em seus objetivos, reflexões sobre as situações de vulnerabilidade que a sociedade vem enfrentando. Por isso, a cada ano, é proposto um novo tema, inspirado em problemas concretos que refletem a realidade contemporânea.

2.1.Objetivos, lemas e temas da Campanha da Fraternidade

Segundo documentos-base da CNBB (2009, 2012, 2013, 2014, 2015, 2017), a Campanha da Fraternidade vivenciou três fases: a primeira compreende o início de sua fundação até 1972, centrou-se na renovação interna da Igreja e na renovação do cristão. A segunda fase (1973 – 1984) tratou da preocupação da Igreja com a realidade social do povo, denunciando o pecado social e a promoção da justiça e da fraternidade. Este período foi até 1984. A terceira fase (de 1985 até os dias atuais) inaugura um momento em que a Igreja se volta para as situações existenciais do povo brasileiro.

Expõem-se alguns objetivos destas campanhas, discursos de membros do corpo da Igreja, condicionamentos do momento histórico, mensagens papais, documentos oficiais, fontes de jornais. Em relação a este último, consideraram-se as reportagens veiculadas no acervo

digital do jornal O Estado de São Paulo, uma vez que constitui o acervo com melhor resolução para a leitura de antigas matérias e também expõe a escrita de colunistas e membros da Igreja Católica. Embora esse periódico tenha concordado com o regime militar nos primeiros anos, posteriormente se posicionou contra as práticas adotadas pelo Governo. Enfatiza-se, por hora, o histórico das campanhas de 1964 até 1984.

O tema da primeira Campanha da Fraternidade intitulava-se “Igreja em Renovação”; o lema era “Lembre-se, você também é Igreja”. O ano de 1964 foi o início de uma forte transição no plano político com a tomada do poder pelos militares. No plano religioso, a Igreja passa por um período de renovação e inclui todos os fiéis como seus membros. O objetivo desta campanha era bem claro: “lembrar a todos os fiéis que eles são Igreja”. Ainda, de acordo com os objetivos, o discurso da Igreja era o de que ela era apenas constituída de seu corpo eclesial, mas havia a preocupação de delegar responsabilidade aos fiéis, torná-los protagonistas no meio social.

O tema da segunda Campanha da Fraternidade (1965) parece mais uma extensão do tema do primeiro evento. Intitulado “Paróquia em Renovação”, tinha como lema “Faça de sua paróquia uma comunidade de fé, culto e amor”. Os objetivos dessa campanha não foram redigidos em sua forma padrão. As fontes consultadas publicam as sugestões de Dom Hélder recolhidas em Cartas Circulares Interconciliares:

A Paróquia deve alimentar a nossa fé. E, graças a Deus, alimenta: pelo ensinamento (Catecismo, Pregação, Conferências...) e pelo exemplo (há cristãos que nos fazem bem, pelo esforço de caminhada na fé, na esperança e na caridade; pela aceitação da vontade divina, mesmo em horas terríveis da vida; por uma virtude simples, amável e larga) (CÂMARA, 2015, p.211).

Até então, a Igreja se ocupava por questões internas. Porém, em 1966, inaugura-se uma nova fase da Campanha da Fraternidade com temas relacionados à Igreja ad extra, isto é, voltada para fora. Com o tema “Fraternidade”, a nova proposta logo se deixou perceber no lema “Somos responsáveis uns pelos outros”, evidenciando a participação dos fiéis como membros ativos da comunidade, seja ela local, diocesana, nacional e universal, com ênfase no serviço a todos os homens, especialmente aos pobres (CNBB, 2009).

Neste mesmo ano, a Igreja lança o Plano Nacional de Conjunto (1966-1970) cuja proposta era “que a Igreja no Brasil se ajustasse rápida e plenamente à imagem da Igreja do Concílio Vaticano II” (CNBB, 2004, p.2). Em suma, trata-se de um documento que descreve as diretrizes fundamentais de ação pastoral e o plano nacional de atividades da CNBB. De acordo com o documento, a “Conferência Nacional dos Bispos do Brasil é, antes de tudo, um

instrumento privilegiado de exercício da corresponsabilidade pastoral do episcopado” (CNBB, 2004, p.69). Foi nesta atmosfera que a Campanha de 1967 edificou suas bases elegendo como tema a “corresponsabilidade” e o lema “Somos todos iguais, somos todos irmãos”.

Parte de um conjunto de atividades do Plano Nacional de Conjunto, a campanha encontrava-se no interior da proposta que pretendia “dinamizar e atualizar o sistema de bens eclesiais no sentido de levar todos os membros da Igreja a serem corresponsáveis pela sua sustentação” (CNBB, 2004, p.44).

Em 1968, o lema da Campanha foi “Crer com as mãos” guiado pelo tema da “doação”. Havia a preocupação financeira em dobrar a arrecadação do ano anterior, segundo Dom Pedro Fedalto, bispo-auxiliar de Curitiba na época.

O recém nomeado arcebispo de Porto Alegre Vicente Ernesto Scherer acentuava, em tom crítico, os gastos com comemorações carnavalescas:

Se as contribuições das instituições de caridade tivessem uma proporção com as despesas feitas no carnaval – onde a fantasia de rei Momo, afirmaram os jornais, custou cerca de seis mil cruzeiros novos – os serviços de auxílio aos necessitados teriam solucionado sua grave situação, que é de penúria e quase miséria”. (O ESTADO DE S. PAULO, 1 de março de 1968, p.3)

Ainda em 1968, ocorreu a II Conferência Geral Do Episcopado Latino-Americano na cidade de Medellín, Colômbia. Posteriormente, foi publicado um documento contendo as conclusões do evento.

A Campanha da Fraternidade de 1969 tinha como tema “Descoberta” e o lema “Para o outro, o próximo é você”. Seus objetivos são estampados na página oficial da CNBB: “a promoção humana, a evangelização no sentido de explicitação da salvação em ato, a ação ecumênica, o aprofundamento catequético e teológico, a vivência litúrgica, a unidade visível do Povo de Deus⁴”

Não obstante, para o enriquecimento desse trabalho, foi verificado que tais objetivos foram inspirados na Conferência realizada em Medellín que abordou três grandes setores:

A área da promoção do homem e dos povos do continente para os valores da justiça e da paz, da educação e do amor conjugal. A seguir nossa reflexão se dirigiu para os povos deste continente e suas elites, os quais (...) requerem uma adaptada evangelização e educação na fé, através da catequese e da liturgia. Por fim abordamos os problemas relativos aos membros da Igreja, que necessitam intensificar sua unidade e ação pastoral através de estruturas visíveis. (CELAM, 1968, p.7)

⁴ Cf. <https://www.cnbb.org.br/historico-das-cfs/2/>

A Campanha da Fraternidade de 1970 elegeu o tema “Participação” e o lema “participar”. No sítio eletrônico da CNBB, esta campanha retoma, em seus objetivos, a proposta do Plano Nacional de Conjunto (1966-1970): “fazer da CF uma prática extraordinária de pastoral de conjunto nos moldes propostos pelo Plano de Pastoral de Conjunto” (CNBB, 2011). Portanto, estão implícitas as seguintes linhas de trabalho: 1) Unidade visível da Igreja Católica; 2) Ação Missionária; 3) Ação Catequética, aprofundamento doutrinal, reflexão teológica; 4) Ação Litúrgica; 5) Ação Ecumênica; 6) Ação da Igreja no mundo (PASTORAL DE CONJUNTO, 1966-1979, p.2).

Nesta campanha, a Igreja brasileira vivenciou um fato inédito: o Papa Paulo VI fala pela primeira vez ao povo brasileiro e abre oficialmente a Campanha da Fraternidade daquele ano. O evento fora noticiado na sexta-feira (13) no jornal O Estado de São Paulo (nota de rodapé: conferir adendos). Eis um trecho do discurso do Papa:

Diletos Filhos do Brasil

De bom grado acedemos ao convite para abrir, este ano, mais uma Campanha da Fraternidade, no vosso País. Ela irá, nesta Quaresma, interpelar a opinião pública brasileira e animar atividades catequéticas e litúrgicas. O ideal a prosseguir, indicado na Nossa encíclica *Populorum Progressio* e insistentemente proclamado pela reevocação da Páscoa (passagem) do Senhor, entre nós, é o de chegarmos todos, de cada vez mais, a reconhecer, na família humana, aquela igualdade fundamental, de que, por vontade do Criador, são dotados os seus membros⁵.

Um fator social bastante significativo promovido pela campanha foi a iniciativa das paróquias de Minas Gerais no tocante à alfabetização de adultos, convocando voluntários, atuando em igrejas, hospitais, A ONU havia proclamado 1970 como o ano internacional da educação. Dessa forma, o governo brasileiro harmonizou-se com a causa e objetivou reduzir a taxa de analfabetismo no país.

A Campanha de 1971 havia como tema “Reconciliação” e o lema “Reconciliar”. O arcebispo D. Paulo Evaristo Arns explica as razões espirituais da proposta: “você, ao reconciliar-se, chega a ser cristão de maneira autêntica, cumprindo o que Deus espera de você, nesta hora de sua vida” (O ESTADO DE S. PAULO, 21 de fevereiro de 1971. p.11). Do ponto de vista social, D. Evaristo afirma que a Campanha da Fraternidade daquele ano destinava-se a socorrer os flagelados do Nordeste, com atenção especial ao Estado do Ceará.

⁵ Cf. Disponível em: https://w2.vatican.va/content/paul-vi/pt/speeches/1970/documents/hf_p-vi_spe_19700214_popolo-brasiliano.html.

Mais uma vez a Campanha da Fraternidade contou com o apoio do Papa Paulo VI através de uma radiomensagem proferida em um sábado, 21 de fevereiro de 1971. Além de outros assuntos de cunho espiritual, a mensagem reitera o tema, o lema, o discurso dos Padres brasileiros e, ainda, os problemas da sociedade brasileira referentes à alfabetização;

Reconciliemo-nos, pois, [...] com os pobres, com os que choram, com os doentes, com os sem-teto e sem-pão e com os que, abatidos, se encontram “à beira do caminho”, à margem da civilização, do progresso e da sociedade. Em particular, reconciliemo-nos com os que não sabem ler nem escrever e não possuem a consciência da própria dignidade de homens e de filhos de Deus. Nada aproveita deter-se a perguntar, de quem é a culpa: se deles mesmos, se das condições adversas em que transcorre a sua vida. Eles são aos milhões, ao nosso lado⁶.

A Campanha da Fraternidade de 1972 apresentava como tema “Serviço e vocação” e lema “Descubra a felicidade de servir”. No sítio eletrônico da CNBB, encontra-se o seguinte objetivo: “motivar fortemente o povo para descobrir, na mentalidade de serviço, a mensagem da fraternidade, como fonte de felicidade”. Naquela época, tornou-se bastante conhecida a Oração de São Francisco, “Fazei-me instrumento de vossa paz”.

A igreja brasileira contou com mensagem papal, segunda-feira, 21 de fevereiro de 1972. A novidade no discurso de Papa Paulo VI foi a menção ao público jovem: “Servir: palavra mágica e galvanizante, sobretudo para os jovens; e o Brasil é uma nação onde predominam os jovens. Por toda a parte, nota-se, entre a juventude, sede de ideal, numa procura, às vezes impulsiva, de um sentido para a existência⁷”

Diante do tema que norteou a campanha, o arcebispo D. Paulo Evaristo Arns criticou veementemente o egoísmo do ser humano, evidenciando a sociedade paulistana em seu discurso. Para ele, os indivíduos estão imersos em suas próprias necessidades, cada um defende a si mesmo, projetam cálculos financeiros, ambição, prestígio e poder. O ser humano tem a disposição de ter vários empregos apenas para alcançar bens materiais de prestígio, o que faz com que elas se tornem instáveis emocionalmente. (O ESTADO DE S. PAULO, 1972).

O tema “Fraternidade e libertação” e o lema “O egoísmo escraviza, o amor liberta”, nortearam a Campanha de 1973. Para expressar a atmosfera desse período, recorreu-se a um documento denominado “Carta mensal das equipes de Nossa Senhora”, no qual o D. Lucas

⁶ Cf. https://w2.vatican.va/content/paul-vi/pt/letters/1971/documents/hf_p-vi_let_19710227_fraternita-brasile.html

⁷ Cf. Disponível em: https://w2.vatican.va/content/paul-vi/pt/letters/1972/documents/hf_p-vi_let_19720221_fraternita-brasile.html

Moreira Neves escreveu um breve ensaio com o mesmo título do lema acima, resumindo as razões sociais da questão da escravidão. A respeito desta, D. Lucas acentuava suas diversas faces: da ignorância, do pauperismo, da doença, do egoísmo, entre outras.

O Papa Paulo VI, mais uma vez, dirigiu-se à população brasileira sobre a abertura da campanha, elogiando-a. O programa da Campanha da Fraternidade de 1973, na perspectiva do Papa, é “grandioso e belo” e, ao mesmo tempo, exigente na medida em que defendia a abnegação individual é imprescindível para ausentar-se do egoísmo que escraviza⁸.

“Reconstruir a vida” e “Onde está o teu irmão?” foram, respectivamente, o tema e o lema da campanha de 1974. A proposta convoca os fiéis ao respeito à vida dos mais vulneráveis em qualquer circunstância: no nascimento, na velhice, na fome, na pobreza, em situações de violência e injustiça.

O questionamento aportado no lema reitera uma passagem do livro do Gênesis, o qual Deus pergunta a Caim sobre o irmão que ele havia matado. Nesse viés, a campanha de 74 defende que a vida é um dom que precisa ser protegido e valorizado. Foi nesta campanha que surgiu um hino religioso bastante difundido e que atualmente faz parte de celebrações: “Eu vim para que todos tenham vida”, de autoria do padre José Weber. Seus primeiros versos refletem, harmonicamente, a proposta de 74: “Reconstrói a tua vida em comunhão com teu senhor /Reconstrói a tua vida em comunhão com teu irmão /Onde está o teu irmão, eu estou presente nele”.

O tema de 1975 foi “Fraternidade é repartir”, com o lema “Repartir o pão”. A mensagem do Papa Paulo VI, transmitida para todos os continentes, inaugura o tempo quaresmal da Igreja. O discurso do Papa estabelecia coerência com os propósitos da campanha daquele ano. Para o líder religioso, o ser cristão é condição essencial para colocar-se a favor dos desprovidos. “Deve pôr o melhor do seu empenho em assisti-los nas suas necessidades mais urgentes. Não pode fugir de comprometer-se para os ajudar pelos meios ao seu alcance, para a edificação de um mundo melhor, de um mundo mais justo⁹”

Assim, no Brasil o secretário-geral da CNBB na época, D. Ivo Lorscheiter abriu oficialmente a Campanha da Fraternidade de 1975. Para ele, pão contido no lema do evento não assume apenas o “material”, mas o pão da “saúde”, do saber, da palavra, convocando os cristãos

⁸ Cf. Disponível em: https://w2.vatican.va/content/paul-vi/pt/letters/1973/documents/hf_p-vi_let_19730312_fraternita-brasile.html

⁹ Disponível em: https://w2.vatican.va/content/paul-vi/pt/messages/lent/documents/hf_p-vi_mes_19750211_lent-1975.html

a levá-los às regiões mais necessitadas, promovendo um legítimo movimento de integração humana. (ESTADO DE S. PAULO, 1975)

Em 1976, o lema foi “Caminhar juntos”, e o tema “Fraternidade e comunidade”. Nesta época, intensificou-se a preocupação da igreja católica frente à corrente filosófica do marxismo. O conteúdo foi noticiado na página 14 do jornal *O Estado de São Paulo* em 04 de março de 1976, na qual o arcebispo Aloisio Lorscheider expunha sua preocupação com a quantidade de jovens latino-americanos (mais de quatro mil) estudando comunicações na União Soviética. Uma obra que tratou destas implicações da época intitula-se “Brasil, 1976: a Igreja ante a escalada da ameaça comunista: apelo aos bispos silenciosos”, de Plínio Corrêa de Oliveira.

O tema “Comece em casa” e o lema: “Fraternidade na família” conduziram a campanha de 1977. Neste ano, foi lançado um documento intitulado “Exigências cristãs de uma ordem política”, aprovado pela XV Assembleia Geral da CNBB realizada em fevereiro. O documento “anuncia princípios éticos e cristãos que possam facilitar e orientar o encaminhamento de soluções cristãs para problemas que preocupam o nosso país”. Tais exigências colocam em evidência as pessoas, as instituições e, principalmente, o meio familiar.

O colunista Hélio Damante publica, no Jornal o Estado de S. Paulo, um artigo de opinião refletindo sobre o valor simbólico de “casa” que para uns é o rancho, o barraco e para outros, o apartamento. Este valor se ramifica quando alcança a realidade dos migrantes, dos boias-frias, dos marginalizados: “Soltos no mundo, são homens e mulheres (e crianças) terrivelmente sós. São milhares e não apenas uns ‘andantes’ peregrinos no antigo contexto rural”. (DAMANTE, 27 de fevereiro de 1977, p.45)

Carta Apostólica *Octagesima Adveniens*, publicada em 1971, constituiu-se de documento que serviu de inspiração às bases da campanha e cujo discurso vai ao encontro das ideias sociais do evento. O Papa Paulo VI recomendava a reconstrução, “a nível de rua, de bairro, ou de aglomerado ainda maior, aquela rede social em que o homem possa satisfazer as necessidades da sua personalidade. Devem ser criados centros de interesse e de cultura, ou desenvolvidos se já existem, ao nível das comunidades e das paróquias¹⁰”.

Em 1978, com o tema “Fraternidade no mundo do trabalho”, o lema escolhido foi “Trabalho e justiça para todos”. O Jornal O Estado de S. Paulo publicou, um ano antes, o edital da campanha, bem como os enfoques do tema: “todo trabalho dignifica o homem; pelo trabalho o homem é um cooperador consciente e livre de Deus; todos têm direito ao trabalho; justiça e

¹⁰ http://w2.vatican.va/content/paul-vi/pt/apost_letters/documents/hf_p-vi_apl_19710514_octogesima-adveniens.html

paz são frutos da fraternidade no mundo do trabalho; mundo do trabalho atinge todas as profissões”.

Neste ano, o Papa transmitiu diretamente ao povo brasileiro e abriu oficialmente a campanha daquele ano. Infelizmente, a mensagem papal não foi encontrada em domínio público. No entanto, ela foi publicada no jornal *O Estado de S. Paulo* aos nove dias de fevereiro de 1978. Em um fragmento específico ao tema, o Papa expressa-se: “é impressionante, hoje, o número dos sem trabalho, e o daqueles que, trabalhando, sofrem por falta de justiça” (ESTADO DE S. PAULO, 09 de fevereiro de 1978, p. 15)

Em relação ao contexto histórico vivido na época, pode-se constatar a existência de uma sucessão de greves, iniciando com os metalúrgicos de São Paulo e São Bernardo do Campo. Foi um período em que o governo militar já apresentava sinais de enfraquecimento, uma vez que o movimento grevista não cessava, chegando ao ano de 1979.

Na igreja, a Campanha da fraternidade anunciava um novo tema “Por um mundo mais humano”, com o lema “Preserve o que é de todos”. Neste período, pelo menos dois fatos tiveram influência na participação da Igreja: um programa nuclear em colaboração com empresas alemãs, sob representação do chanceler alemão Helmut Schmidt, e a reversão de punições dadas a brasileiros perseguidos durante a ditadura militar.

O presidente da CNBB na época, D. Aluísio Lorscheider, posicionou-se contra o desenvolvimento de um programa nuclear no país, argumentando sobre a ausência de garantias de segurança que impedissem catástrofes, envolvendo material atômico, como ocorrera na Pensilvânia, no Estados Unidos.

Ainda, neste ano, houve uma considerável intensificação das migrações no país. Segundo um trabalho concluído pela CNBB, as distorções do modelo econômico brasileiro constituem o principal responsável pelo fenômeno das migrações internas. (O ESTADO DE S. PAULO, 1979). O fato tornou-se o argumento central para a Campanha da Fraternidade eleger, em 1980, o tema “Fraternidade no mundo das migrações. Exigência da Eucaristia” e “Para onde vais?”, enquanto lema correspondente.

A CNBB interessa-se pelo processo migratório que se processa de forma caótica, uma vez que se trata de um fenômeno que contribui para o aumento das periferias das cidades e das favelas, agrava o problema da mendicância, do abandono de menores, favorecendo o aviltamento dos salários e uma maior rotatividade da mão-de-obra nas empresas, pelo grande número de pessoas que procuram trabalho.

No interior dessa temática, o cardeal arcebispo de Fortaleza D. Aloísio Lorscheider defende em caráter de urgência uma revisão da política agrária do país. Além disso, apoia uma “empresa familiar” como forma de estimular a participação de pequenas propriedades na economia do Brasil, uma vez que uma propriedade voltada para o âmbito familiar significa ações a serviço do homem. Em tom crítico, o arcebispo compreende que, no ramo agrário, o animal ocupa o centro das preocupações, uma posição hierarquicamente superior ao ser humano e este, por sua vez, acaba “sendo destroçado e destruído”, nas palavras do arcebispo. (FOLHA DE S. PAULO, 1980)

Em 1981, o tema da campanha da fraternidade enfatizou a saúde como valor bastante significativo para o ser humano e, em vista disso, a CNBB lançou o tema “Saúde e fraternidade” e o lema “Saúde para todos”. Para tanto, entre em cena a atuação do ICAPS – Instituto Camiliano de Pastoral da Saúde – responsável pelo desenvolvimento de atividades ligadas à Pastoral da Saúde pelo Brasil. Fundado no referido ano, é um departamento mantido pela Província Camiliana Brasileira, entidade religiosa voltada à assistência espiritual e corporal dos enfermos. Os Camilianos são fundamentados em três dimensões: solidária, comunitária e político-institucional.

No vaticano, o Papa João Paulo II comunica-se com o povo brasileiro inaugurando a Campanha da Fraternidade de 1981. Em seu discurso, o Papa amplia o tema “saúde”, dando-lhe uma significação que vai além daquela compreendida pelo senso comum:

A boa saúde, sabemos-lo, não é apenas ausência de doenças: é vida plenamente vivida, em todas as suas dimensões, pessoais e sociais. Como o contrário, a falta de saúde, não é só a presença da dor ou do mal físico. Há tantos nossos irmãos enfermos, por causas inevitáveis ou evitáveis, a sofrer, paralisados, “à beira do caminho”, à espera da misericórdia do próximo, sem a qual jamais poderão superar o estado de “semimortos” (JOÃO PAULO II, 1981).

Diferentemente do discurso de João Paulo II, o bispo de Curitiba da época, D. Pedro Fedalto, admitiu a vinculação do tema com questões políticas, o que vai de encontro com a proposta original da campanha, a de não se envolver com uma questão político-ideológica. Neste cenário, a crítica do bispo incide sobre a questão salarial, pois no contexto do paranaense, a desnutrição é um dos fatores do alto índice de mortalidade infantil, decorrente da deficiente distribuição de renda e o baixo poder aquisitivo.

“Educação e fraternidade” foi o tema de 1982, com o lema “A verdade vos Libertará”. De acordo com o presidente da CNBB da época, D. Ivo Lorscheiter o principal objetivo dessa campanha baseia-se em duas perguntas-chave: “a educação está levando a fraternidade?” e “há

fraternidade em nossa educação?” (O ESTADO DE S. PAULO, 25 de fevereiro de 1982, p. 9). Padre José Dias, assessor da CNBB, concedeu entrevista confirmando as ações concretas advindas da realização da campanha: as dioceses desenvolverão programas voltados para a construção de escolas, melhoria do ensino, alfabetização, entre outros.

Em 1983, o tema foi “Fraternidade e violência” e o lema: Fraternidade sim, violência não. Com esta campanha, forma-se o considerado tripé de uma nação que visa ao desenvolvimento: saúde, educação e segurança. Na verdade, a razão social que motivou a proposta de 83 foi uma campanha de desarmamento, tema este que já vinha sendo discutido em Assembleia Geral das Nações Unidas desde 1978. O Papa João Paulo II, ao pronunciar sobre o tema em mensagem à *II Sessão Especial das Nações Unidas* para o desarmamento, aponta que: “a produção e a posse de armamentos são a consequência de uma crise ética que rói a sociedade em todas as suas dimensões — política, social e económica. A paz, repeti-o várias vezes, é o resultado do respeito dos princípios éticos¹¹”.

Para o presidente da CNBB da época, D. Ivo Lorscheiter, são múltiplas as causas da violência: a depravação moral devido à ausência de práticas educativas, a frustração de pessoas que se sentem marginalizadas, a ganância, a própria estrutura social, a falta de diálogo e também a corrida armamentista, em resumo são fatores de ordem estrutural, econômico e sistêmico.

A Campanha da Fraternidade 1984 elegeu o tema “Para que todos tenham a vida”, com o lema “Fraternidade e vida”. D. Luciano Mendes de Almeida, então secretário geral da CNBB esclarece as razões fundamentais dessa escolha, evidenciando a questão da política de natalidade e visa “superar as tendências e controle estatal, as teses antinatalistas neomalthusianas e as imposições do Primeiro Mundo”. Ainda neste contexto, um dos objetivos da campanha é criar o interesse corresponsável de todas as dioceses pelas vítimas da injustiça e da seca no Nordeste. Acresce-se, ainda, a preocupação da Igreja com a questão armamentista, o salário das classes mais pobres e, ainda, o planejamento familiar enquanto questões paralelas à temática geral.

Após o exame dos primeiros vinte anos da Campanha da Fraternidade, verifica-se a organização do material escolhido para as análises, respeitando o recorte temporal estabelecido.

Anualmente, a Conferência Nacional dos Bispos do Brasil lança um edital contendo as regras para a composição do hino da Campanha da Fraternidade do ano seguinte. Para tanto, a CNBB antecipa o tema e o lema para que músicos de todo Brasil possam harmonizá-los à letra

¹¹ Disponível em: http://w2.vatican.va/content/john-paul-ii/pt/messages/pont_messages/1982/documents/hf_jp-ii_mes_19820607_disarmo-onu.html

da canção. Baseando-se no edital para a campanha de 2019, chamou à atenção duas exigências fundamentais: “Seja artística, fugindo dos ‘chavões e clichês’, e ser etnomúsica religiosa, o que significa, na ótica do edital, ter características da genuína música popular brasileira.

Assim, a música da Campanha da Fraternidade apresenta algumas características: vincula-se com alguma temática social, uma vez que a proposta do evento reflete a realidade do país; tem expressão artística, pois evidencia uma estética própria e apresenta aspecto cultural (etnomúsica), o que abre caminho para a diversidade e alteridade.

As particularidades observadas não são exclusivas dos hinos de todas as campanhas já realizadas, mas há quase duas décadas estas particularidades vêm sendo perpetuadas. Assim, o *corpus* foi organizado, respeitando a disposição temática que o evento estabeleceu para cada ano. Porém, ressalta-se que o recorte firmado aqui se inicia em 1985, pois inaugura-se uma nova fase da campanha, voltada para a realidade social do povo brasileiro.

Assim, elencam-se em sequência regressiva os temas, os lemas e os objetivos gerais das demais campanhas. Estas constituem o recorte estabelecido para a análise que se seguirá.

2018

Tema: Fraternidade e superação da violência

Lema: “Vós sois todos irmãos” (Mt 23, 8)

Objetivo Geral: Construir a fraternidade, promovendo a cultura da paz, da reconciliação e da justiça, à luz da Palavra de Deus, como caminho de superação da violência.

2017

Tema: Fraternidade: Biomas brasileiros e defesa da vida

Lema: Cultivar e guardar a criação (Gn 2,15)

Objetivo Geral: Cuidar da criação, de modo especial dos biomas brasileiros, dons de Deus, e promover relações fraternas com a vida e a cultura dos povos, à luz do Evangelho.

2016

Tema: “Casa comum, nossa responsabilidade”

Lema: “Quero ver o direito brotar como fonte e correr a justiça qual riacho que não seca” (Am 5.24)

Objetivo Geral: Assegurar o direito ao saneamento básico para todas as pessoas e empenharmonos, à luz da fé, por políticas públicas e atitudes responsáveis que garantam a integridade e o futuro de nossa Casa Comum.

2015

Tema: Igreja e sociedade

Lema: “Eu vim para servir”

Objetivo Geral: Aprofundar à luz do Evangelho, o diálogo e a colaboração entre a Igreja e a sociedade, propostos pelo Concílio Ecumênico Vaticano II, como serviço ao povo brasileiro, para a edificação do Reino de Deus

2014

Tema: Fraternidade e Tráfico Humano

Lema: É para a liberdade que Cristo nos libertou

Objetivo geral: Identificar as práticas de tráfico humano em suas várias formas e denunciá-lo como violação da dignidade e da liberdade humana, mobilizando cristãos e a sociedade brasileira para erradicar esse mal, com vista ao resgate da vida dos filhos e filhas de Deus.

2013

Tema: Fraternidade e Juventude

Lema: “Eis-me aqui, envia-me!” (Is 6,8)

Objetivo geral: Acolher os jovens no contexto de mudança de época, propiciando caminhos para seu protagonismo no seguimento de Jesus Cristo, na vivência eclesial e na construção de uma sociedade fraterna, fundamentada na cultura da vida, da justiça e da paz.

2012

Lema: Que a saúde se difunda sobre a terra (cf. Eclo 38,8)

Tema: Fraternidade e saúde pública

Objetivo Geral: O grande objetivo da campanha deste ano é refletir sobre a realidade da saúde no país em vista de uma vida saudável. Sabemos que a vida, a saúde e a doença são um mistério, verdadeiros dons de Deus, ambas relacionadas à ordem corporal e à espiritual, necessitando sempre de cura.

2011

Tema: Fraternidade e a Vida no Planeta

Lema: A criação geme em dores de parto (Rm 8,22)

Objetivo Geral: Contribuir para a conscientização das comunidades cristãs e pessoas de boa vontade sobre a gravidade do aquecimento global e das mudanças climáticas, e motivá-las a participar dos debates e ações que visam enfrentar o problema e preservar as condições de vida no planeta.

2010

Tema: Economia e Vida

Lema: Vocês não podem servir a Deus e ao Dinheiro (Mt 6,24)

Objetivo Geral: Colaborar na promoção de uma economia a serviço da vida, fundamentada no ideal da cultura da paz, a partir do esforço conjunto das Igrejas Cristãs e de pessoas de boa vontade, para que todos contribuam na construção do bem comum em vista de uma sociedade sem exclusão”.

2009

Tema: Fraternidade e Segurança Pública

Lema: A paz é fruto da justiça (Is 32, 17)

Objetivo Geral: Suscitar o debate sobre a segurança pública e contribuir para a promoção da cultura da paz nas pessoas, na família, na comunidade e na sociedade, a fim de que todos se empenhem efetivamente na construção da justiça social que seja garantia de segurança para todos.

2008

Tema: Fraternidade e Defesa da Vida Humana

Lema: Escolhe, pois, a vida (Dt 30,19)

Objetivo Geral: Levar a Igreja e a sociedade a defender e a promover a vida humana, desde a sua concepção até a sua morte natural, compreendida como dom de Deus e coresponsabilidade de todos, na busca de sua plenificação, a partir da beleza e do sentido da vida em todas as circunstâncias, e do compromisso ético do amor fraterno.

2007

Tema: Fraternidade e Amazônia

Lema: Vida e missão neste chão

Objetivo Geral: Conhecer os valores e a criatividade dos povos da Amazônia e as agressões que sofrem por causa do atual modelo econômico e cultural, a fim de chamar à conversão, à solidariedade, a um novo estilo de vida e a um projeto de desenvolvimento humano baseados nos valores humanos e evangélicos, seguindo a prática de Jesus no cuidado com a vida humana, especialmente dos mais pobres, e de toda a natureza.

2006

Tema: Fraternidade e Pessoas com Deficiências

Lema: Levanta-te, vem para o meio!

Objetivo Geral: Conhecer melhor a realidade das pessoas com deficiência e refletir sobre a sua situação, à luz da Palavra de Deus e da ética cristã, para suscitar maior fraternidade e solidariedade em relação as pessoas com deficiência, promovendo sua dignidade e seus direitos.

2005

Tema: Solidariedade e paz

Lema: Felizes os que promovem a paz

Objetivo Geral: Unir Igrejas cristãs e pessoas de boa vontade na superação da violência, promovendo a solidariedade e a construção de uma cultura de paz.

2004

Tema: Fraternidade e água

Lema: Água, fonte de vida

Objetivo Geral: Conscientizar a sociedade que a água é fonte da vida, uma necessidade de todos os seres vivos e um direito da pessoa humana, e mobilizá-la para que este direito à água com qualidade seja efetivado para as gerações presentes e futuras.

2003

Tema: Fraternidade e pessoas idosas

Lema: Vida, dignidade e esperança

Objetivo Geral: Motivar todas as pessoas, para que, iluminadas por valores evangélicos, sejam construtoras de novos relacionamentos, novas estruturas, que assegurem valorização integral às pessoas idosas e respeito aos seus direitos.

2002

Tema: Fraternidade e povos indígenas

Lema: Por uma terra sem males

Objetivo Geral: Motivar a conversão das pessoas, da sociedade e da própria Igreja para a solidariedade, a justiça, o respeito e a partilha, dando especial destaque, desta vez, aos povos indígenas.

2001

Tema: A Fraternidade e as drogas

Lema: Vida Sim, Drogas Não!

Objetivo Geral: Mobilizar a comunidade eclesial e a sociedade brasileira para enfrentar corajosamente o grave e complexo problema das drogas, que arruína milhares de vidas e afeta profundamente a paz social.

2000

Tema: Novo milênio sem exclusões

Lema: Dignidade humana e paz

Objetivo Geral: Unir as Igrejas cristãs no testemunho comum na promoção de uma vida digna para todos, na denúncia das ameaças à dignidade humana e no anúncio do evangelho da paz.

1999

Tema: A Fraternidade e os Desempregados

Lema: Sem trabalho... Por quê?

Objetivo Geral: Contribuir para que a comunidade eclesial e a sociedade se sensibilizem com a grave situação dos desempregados, conheçam as causas e as articulações que a geram e as consequências que dela decorrem.

1998

Tema: Fraternidade e Educação

Lema: A serviço da vida e da esperança

Objetivo Geral: Colaborar com as pessoas em sua busca de realização; favorecer a criação e o fortalecimento de comunidades onde todos participem e se apoiem fraternalmente; estimular o

exercício da cidadania, em favor de uma sociedade justa e solidária; d) promover ações para a erradicação do analfabetismo em sentido amplo.

1997

Tema: A Fraternidade e os Encarcerados

Lema: Cristo liberta de todas as prisões

Objetivo Geral: Despertar a sensibilidade e solidariedade dos cristãos, e de todos os homens e mulheres de boa vontade, para com as vítimas e para com os encarcerados, ajudando-os a perceberem a realidade carcerária do Brasil.

1996

Tema: Fraternidade e Política

Lema: Justiça e Paz se abraçarão

Objetivo Geral: Contribuir para a formação política dos cristãos para que exerçam sua cidadania sendo sujeitos da construção de uma sociedade justa e solidária.

1995

Tema: A fraternidade e os excluídos

Lema: Eras Tu, Senhor?!

Objetivo Geral: Contemplar aqueles que seriam os mais abandonados, os que se sentem esquecidos, negados na sua humanidade. E não se refere só aos excluídos pela situação econômica.

1994

Tema: A Fraternidade e a Família

Lema: A Família, como vai?

Objetivo Geral: Redescobrir os valores da família, Lugar de encontro, espaço de vivência humana, ponto de partida de um mundo mais humano e de acordo com o Plano de Deus.

1993

Tema: Fraternidade e Moradia

Lema: Onde Moras?

Objetivo Geral: Afirmar o direito à terra e à moradia como condição básica para o desenvolvimento de vida plena do indivíduo, da família, da fraternidade, e do exercício da cidadania.

1992

Tema: Juventude e fraternidade

Lema: Juventude Caminho Aberto

Objetivo Geral: Que a Igreja e as pessoas de boa vontade se comprometam com a juventude, como agente de uma nova evangelização e como força transformadora da Igreja e da sociedade.

1991

Tema: A fraternidade e o mundo do trabalho

Lema: Solidários na dignidade do trabalho

Objetivo Geral: Que a Igreja e as pessoas de boa vontade assumam a realidade do trabalho e do mundo do trabalho, com todas as suas dimensões de criação, progresso, conflito, divisões e solidariedade, como lugar teológico para a evangelização, o anúncio da Boa Nova no mundo de hoje.

1990

Tema: A fraternidade e a mulher

Lema: Mulher e Homem: Imagem de Deus

Objetivo Geral: Conscientizar que mulher e homem juntos são imagem de Deus e que Deus entregou a criação a todos. Ajudar a ver como, na realidade, a mulher não é reconhecida e tratada como igual ao homem.

1989

Tema: A Fraternidade e a comunicação

Lema: Comunicação para a verdade e a paz

Objetivo Geral: Despertar a consciência crítica do receptor no uso da mídia, como atitude interior necessária para a comunicação da verdade e da paz. Quer também conscientizar os receptores sobre seu papel de agentes de influência na orientação de programas nos meios de comunicação.

1988

Tema: A fraternidade e o negro

Lema: Ouvi o clamor deste povo

Objetivo Geral: Nossa adesão a Jesus Cristo, renovando o compromisso de viver em fraternidade, porque este é o sinal mais autêntico do seguimento do Senhor: “Nisto saberão todos que sois meus discípulos, se vos amardes uns aos outros” (Jo13, 34-35).

1987

Tema: A fraternidade e o menor

Lema: Quem acolhe o menor, a mim acolhe

Objetivo Geral: Um dos importantes caminhos que se apresentam é buscar a transformação evangélica da pessoa e da sociedade, a partir da questão do menor, colocando-o, portanto, no centro de nossas comunidades e de nossos projetos.

1986

Tema: Fraternidade e terra

Lema: Terra de Deus, Terra de Irmãos

Objetivo Geral: A CF convoca-nos para uma ação conjunta de preces, reflexões e mobilização sobre o gravíssimo problema da questão da terra no Brasil a ser solucionado, ou seja, dentro da justiça e da fraternidade.

1985

Tema: Campanha da Fraternidade

Lema: Pão para quem tem fome

Objetivo Geral: Contribuir para motivar a comunidade cristã a assumir sua responsabilidade ante a situação de fome que existe no Brasil.

3. ANÁLISE DO CORPUS

3.1. Campanha da Fraternidade 1985 e 1986

Optou-se por analisar o material das CF de 1985 e de 1986 concomitantemente, pois os dois eventos compõem uma relação de causa e consequência no que diz respeito aos temas propostos: uma trata da fome no Brasil e no mundo, a outra aborda a questão da terra, especificamente a reforma agrária. Constituem, portanto, duas temáticas diferentes que se complementam.

Ao abordar os aspectos dessas campanhas, é imprescindível o conhecimento de alguns fatos referentes ao contexto histórico vivido na época e as motivações ideológicas já promovidas desde o ano anterior, em 1984, sob o governo militar de João Figueiredo. Para auxiliar nas pesquisas, foram utilizadas notícias retiradas do acervo digital do jornal Folha de São Paulo.

Em dezembro de 1984, trezentas e quarenta pessoas foram mortas em decorrência da fome na Etiópia, em apenas dois dias. Contudo, os dados da ONU registravam um total de trezentos mil etíopes somente naquele ano. Um mês depois, ano seguinte, países do ocidente reuniram-se para propor a criação de um fundo de um bilhão de dólares com o intuito de minorar os problemas econômicos dos países africanos. No Brasil, como a fome atingiu um patamar extremo, a CNBB, inspirando-se na Suma Teológica de Santo Agostinho, defendia a ideia de que é lícito que o indivíduo garanta sua sobrevivência, tirando coisas de outra pessoa, desde que ela esteja em perigo iminente e em extrema necessidade.

Ainda em 1985, os bispos da CNBB declaravam apoio ao governo – agora sob a direção de José Sarney – em defesa da reforma agrária (projeto debatido desde a década de 50), materializado em documento assinado por noventa e seis bispos brasileiros.

Após algumas informações contextuais, analisa-se a construção dos cartazes e hinos dos respectivos anos. A campanha de 1985 tinha como tema “Pão para quem tem fome”. A estrutura do cartaz é composta por uma família de quatro membros: uma mãe e três filhos, identificados como pessoas negras. Esta configuração inicial convoca um olhar para a composição familiar, uma vez que não aparece a figura paterna. Tal ausência configura um retrato social que perdura ainda hoje: o abandono do progenitor em diversas famílias do Brasil, principalmente as das camadas mais pobres.

Figura 1 - cartaz da campanha da fraternidade 1985



Fonte: <https://campanhas.cnbb.org.br/campanha/page/2>

Atentando-se para outros elementos do cartaz, pode-se verificar que existe uma cerca construída com arames farpados, simbolizando o sofrimento. Com isso, é produzida uma memória bíblica, na qual tais arames fazem referência à coroa de espinhos colocada na cabeça de Jesus pelos soldados romanos como forma de escárnio.

A cerca ainda simboliza um *apartheid* social: a exclusão social marcada por uma separação entre os que possuem mais terras para a sobrevivência e os que buscam mais igualdade na distribuição delas. Esta ideia está em sintonia com o discurso do Papa João Paulo II que criticava, veemente, à sociedade de consumo e ao mesmo tempo, denunciando a fome no mundo:

Pensem, por exemplo, na situação dos agricultores braçais, que não recebem a justa remuneração pelo seu trabalho penoso; pensem, igualmente, nos camponeses desapossados das próprias terras, que passam a produzir para pessoas ou grupos já abundantemente providos de sustento e que acumulam fortunas, à custa da fome e do sofrimento dos outros. E quantas e quantas outras causas e situações de fome não poderiam aqui ser citadas! (IOANNES PAULUS PP. II, 1985)

Portanto, o discurso do Papa evidencia a oposição entre duas classes antagônicas: “agricultores braçais” / “camponeses desapossados”, de um lado, e os que são “abundantemente providos de sustento”, do outro. Esta dualidade articula, assim, dois extremos, ricos x pobres, como se percebe em hinos litúrgicos da época. Assim, no canto de entrada (uma vez que, na campanha da fraternidade, se realiza uma celebração eucarística), a voz religiosa canta o seguinte refrão:

Nossa senhora canta:
Deus é nossa esperança
Ele derruba o poderoso
e ao humilde eleva
Dá pão a quem tem fome,
Santo é o seu nome
E hoje ele nos convida
a sermos mais irmãos.

Já nos versos, percebe-se a dualidade mencionada anteriormente, agora com dois elementos novos, porém estabelecendo a mesma relação isotópica: poderoso x humilde. Novamente, há a recorrência à memória bíblica. A estrofe é inspirada na passagem bíblica do livro de Lucas: “Derribou do seu trono os poderosos e exaltou os humildes / Encheu de bens os famintos e despediu vazios os ricos” (BÍBLIA SAGRADA, Lc 1, 52-53). Este mesmo discurso encontra-se ressignificado no canto litúrgico das ofertas:

Falou-nos Maria:
“És Pai, que sacia
famintos de ser
E deixas de lado,
o rico enfarado,
que só pensa em ter”.

O discurso de Maria no livro de Lucas ficou conhecido como *Magnificat*. Certamente, faz alusão direta à oração de Ana, que era estéril e se tornou a mãe do profeta Samuel. Os contextos são bastante semelhantes, afinal, Maria visita sua prima Isabel que também era estéril. Em todo caso, na oração de Ana, a personagem entoia: “Os que antes eram fartos hoje se alugam por pão, mas os que andavam famintos não sofrem mais fome” (BÍBLIA SAGRADA, 1 Samuel 2, 5).

Em ambos os contextos, a mulher é a figura central. As duas personagens compartilham a maternidade em contextos diferentes, mas com extrema importância para história do seu povo. Semelhante a isso, percebe-se que o cartaz da campanha mostra a figura da mãe no centro e um círculo branco, o que simbolicamente remete ao que a tradição católica denomina de “pão

eucarístico” ou “hóstia consagrada”. Dessa forma, não por acaso, é no interior desse círculo que se encontra o tema “Pão para quem tem fome”. Conforme a fé católica, o pão simboliza o corpo consagrado de Jesus. Esse elemento está bastante presente nos cânticos propostos para a campanha e a ele se liga outros elementos por isotopia, como acontece em uma estrofe do canto litúrgico de entrada:

Insegurança e fome
são frutos do desamor
que sacrifica o povo humilde
a viver na dor.

A metáfora é um recurso estilístico utilizado pelo enunciador para estabelecer uma contraposição com valores cristãos mencionados anteriormente, que é a hóstia santa, na qual ativa os valores da comunhão (em oposição a “desamor”), da crença em uma vida eterna (em oposição à “insegurança”) e à plenitude (em oposição à “fome”). A composição do verso dialoga, estritamente, com o cartaz, na medida em que traz a figura da família, pedindo esmolas. Esta representa o povo humilde, sacrificado, destinado a “viver na dor”, simbolicamente representado pela cerca de arames farpados.

O discurso veiculado nos versos inclina-se ao desenvolvimento de um pensamento determinista, uma vez que a preservação de valores disfóricos como a insegurança e fome são vistos como causas que destinam o povo a padecer uma vida de sofrimento, sem perspectiva de libertação. Esta perspectiva contraria um dos ideais cristãos que se baseia na narrativa do flagelo sofrido por Jesus para, em seguida, obter a redenção.

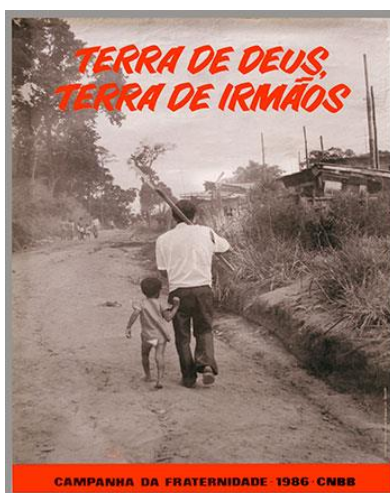
Com base no exposto, é evidenciado que o problema da fome, não apenas no Brasil, mas também em países como a África, apresenta-se como consequência de uma ação que poderia ser o antídoto para esse mal. Assim, em 1985, a ONU, juntamente com técnicos e especialistas da FAO (Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura) concluíram que a ausência de chuvas não era o principal motivo da crise alimentar no continente africano, e as principais evidências apontam que o maior obstáculo causador da fome, nessa região, era a estrutura agrária imposta às ex-colônias pelos colonizadores, após a independência na década de sessenta. (FOLHA DE SÃO PAULO, 24 dez 1985).

O Brasil anuiu às pesquisas realizadas sobre a fome no continente africano. Enquanto isso, a CNBB, ainda em 1985 já declarava apoio ao Plano Nacional de Reforma Agrária (PNRA), proposto pelo então presidente José Sarney. No entanto, o anúncio do PNRA foi

suficiente para desencadear uma série de conflitos agrários envolvendo proprietários de terra e camponeses.

No ano de 1986, a CNBB propôs a realização de uma campanha voltada para a questão agrária. Analisando o cartaz desse evento, percebe-se um material semiótico composto de linguagem sincrética, em que o elemento verbal traz o tema “Terra de Deus, Terra de irmãos” escrito na cor laranja, porém o elemento não verbal estampa uma imagem totalmente em preto e branco de um homem segurando a enxada, acompanhado de um garoto percorrendo um caminho cercado de vegetação: um cenário tipicamente rural.

Figura 2 - cartaz da campanha da fraternidade 1986



Fonte: <https://campanhas.cnbb.org.br/campanha/page/2>

A ausência do colorido é proposital à medida que retrata diferentes instâncias sejam elas implícitas ou explícitas: um ambiente com baixas perspectivas de prosperidade; um tempo marcado pela injustiça social, em que uns detêm a posse da terra para subjugar outros; conflito entre diferentes forças, os donos de terras e os agricultores braçais; a infância perdida e o consequente afastamento do ambiente escolar; a falta de perspectiva de melhora de vida; enfim, uma realidade ainda almejada por todos aqueles que tem a terra como única alternativa para sobrevivência.

Este cenário vem representado no hino litúrgico da preparação das oferendas em que o enunciador entoa:

Neste altar apresentamos o lamento
das famílias, despejadas do seu chão:
tanta fome, desemprego e sofrimento,
gerados pelo luxo e ambição!

O discurso expõe, implicitamente, a estrutura de poder em que o luxo e a ambição representam os valores de uma classe dominante que se apropria do espaço do trabalhador rural, configurado como ser independente, para torná-lo dependente dos interesses de um sistema capitalista que o torna mero objeto de troca. A respeito disso, Friedrich Engels teoriza que:

numa fase bastante primitiva do desenvolvimento da produção, a força de trabalho do homem se tornou apta para produzir consideravelmente mais do que era preciso para a manutenção do produtor (...) Não se demorou muito a descobrir a grande “verdade” de que também o homem podia servir de mercadoria, de que a força de trabalho do homem podia chegar a ser objeto de troca e consumo, desde que o homem se transformasse em escravo (ENGELS, 1984, p. 198)

Portanto, o cenário representado pelo hino da campanha associado às ideias de Engels traduz um estado de barbárie. Em contrapartida, o olhar cosmopolita manifesta-se no discurso proferido no hino litúrgico de entrada da celebração. O enunciador reafirma sua crença em uma única divindade, criador de todos os homens e mulheres, e ainda enfatiza a fraternidade entre os cidadãos, em que todos seriam aceitos independentemente das condições sociais, econômicas e culturais:

Somos filhos do mesmo Pai que dá tudo;

Vida, amor, terra, bens e perdão;

Mas exige de nós, sobretudo,

Convivência de irmão com irmão.

3.2.Campanha da Fraternidade 1987

A Campanha da Fraternidade de 1987 voltava suas atenções para o menor abandonado e elegeu o lema “Quem acolhe o menor, a mim acolhe”. A escolha, não aleatória, deve-se ao alinhamento temático com a ONU (Organização das Ações Unidas) que designou aquele período como Ano Internacional do Alojamento. No que concerne ao assunto e suas implicações ideológicas, atente-se para o discurso de presidente da CNBB D. Luciano Mendes de Almeida:

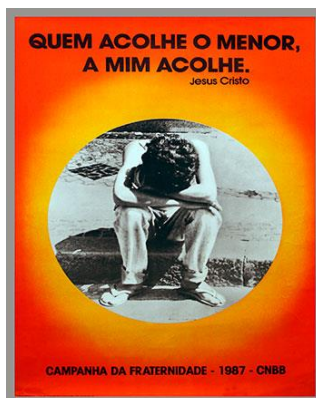
Todos conhecemos o drama de milhões de crianças carentes em nosso o Brasil, vítimas do egoísmo, da degradação moral e das injustiças que surgem do sistema sócio-político e econômico que adotamos no país. O menor não é o problema. Nós é que continuamos a gerar o estado de injustiça social crônica, que apara a cada dia a desigualdade econômica e o pauperismo de grande parte da população. O problema somos nós. (ALMEIDA, 1987, p. A2)

Pelo discurso, D. Luciano dissemina os valores negativos como formas antagônicas que eliminam o desenvolvimento infantil: o egoísmo, imoralidade, injustiça. Tais valores provêm da precária e defeituosa gestão pública que visa a interesses próprios em detrimento da vida dos menores abandonados. As estruturas em primeira pessoa incluem a participação da sociedade, e inclusive a Igreja, como responsáveis pela proteção desse público. Assim, ao enfatizar “o problema somos nós”, D. Luciano desloca a perspectiva do senso comum que atribui o abandono de menores como se fosse um “problema social” e, com isso, exime o menor de qualquer culpa. Em seguida, transfere a responsabilidade para um “problema da sociedade”.

Nessas condições, as causas do abandono infantil são diversas e muitas vezes associadas à pobreza familiar decorrente da desigual distribuição de renda. Muitas crianças abandonam a unidade familiar biológica para viver em outra: a “família” dos excluídos nas ruas. As consequências desse abandono são a marginalização e, não raro, tornam-se menores infratores até serem conduzidos a abrigos e casas de detenção, a fim de serem reconduzidos ao lar de origem.

O cartaz da campanha de 1987 mostra um jovem sentando na calçada de uma rua. Ele se encontra de cabeça baixa, sobre os antebraços apoiados nas pernas. Veste calça e sandália. Seu rosto não é revelado. Embora seja, um menino, é possível interpretar como uma forma de representação genérica de todas as crianças que sofrem pelo abandono. A imagem se encontra bem no centro no cartaz, no interior de um círculo. Ao redor deste, na parte exterior, duas cores quentes se destacam: o laranja e o vermelho. Com elementos de uma semiótica verbal, o cartaz aporta o lema “Quem acolhe o menor, a mim acolhe”, extraído do livro de Marcos 9, 37. Em outra tradução, verificam-se poucas mudanças no versículo que, integralmente, se tem: “Qualquer que receber um destes meninos em meu nome, a mim me recebe; e qualquer que a mim me receber, recebe, não a mim, mas ao que me enviou” (BÍBLIA SAGRADA, Mc 9, 37).

Figura 3 - cartaz da campanha da fraternidade 1987



<https://campanhas.cnbb.org.br/campanha/fraternidade1987>

Contudo, as questões em torno da tradução tornam-se peculiares no momento em que a palavra “meninos”, especifica o gênero do público em evidência, como se observa no versículo anterior: “E, lançando mão de um menino, pô-lo no meio deles e, tomando-o nos seus braços, disse-lhes:” (BÍBLIA SAGRADA, Mc 9, 36). O vocábulo *paidíon* (παῖδιον), em nota de rodapé em uma versão da República de Platão feita pelo tradutor Edson Bini, significa “criança de ambos os sexos com menos de sete anos”. Porém, o versículo inscrito no cartaz traz o vocábulo “menores”, o que atribui, ao mesmo tempo, uma conotação específica no que se refere a crianças e também genérica, incluindo meninos e meninas. Na esfera jurídica brasileira, o ano de 1987 foi de intensos diálogos e debates para a elaboração de uma nova constituinte que se consolidaria no ano seguinte. Naquele contexto, os menores foram considerados como aqueles abaixo dos dezoito anos.

Conforme mencionado, o espaço físico habitado pelo menor no cartaz da campanha da fraternidade é a rua, com seus semáforos, calçadas, lixões. O abandono infantil e o desamparo por parte das autoridades simbolizam a negação potencial da vida, do desenvolvimento e consequente degradação psicológica. Nesse sentido, já se materializa precocemente uma espécie de infanticídio.

Maria Luiza Marcílio, na obra “História social da criança abandonada”, refletindo sobre o abandono de bebês na Antiguidade, informa que tal prática era comum no ocidente. Dessa maneira, cita dois exemplos emblemáticos do Antigo Testamento. No primeiro, Sara, esposa de Abraão, exigiu-lhe a expulsão de seu primeiro filho com sua escrava Agar. Ismael e sua mãe tiveram que sair pelo deserto sem água e sem ter o que comer. Além de aspectos como as relações de hierarquia social, observa-se a motivação do ato por meio da inveja ou da insegurança, afinal a herança familiar estava destinada ao primeiro filho homem.

Outro caso do abandono infantil nas mediações bíblicas se encontra na história de Moisés, o qual, apenas com três meses de vida, fora deixado às margens do Nilo dentro de uma arca de juncos. A narrativa conta que o Faraó ordenou a todo o povo que os meninos nascidos fossem lançados ao rio. Dessa maneira, a filha do faraó encontrou Moisés e entregou-lhe a uma serva hebreia que, por articulação da irmã, era a mãe da criança, para criá-lo e amamentá-lo em troca de uma remuneração. Quando Moisés cresceu, a filha do faraó tomou-o como filho adotivo. Nessa narrativa, a motivação do abandono se dá por coerção ou imposição da autoridade máxima aos servos.

Maria Luiza Marcílio ainda revela que entre os hebreus do Antigo Testamento, o ato de abandonar bebês era perfeitamente aceito, e praticado em situações extremas. Segundo a autora:

O poder do pai sobre os filhos era absoluto na Grécia. Era-lhe permitido matar, vender ou expor os filhos recém-nascidos. A deformidade da criança ou a pobreza da família bastavam para que a justiça doméstica decretasse sua morte ou seu abandono. O aborto era legítimo, e o infanticídio admitido (MARCÍLIO, 1998, p.23)

No interior das zonas antrópicas, a “criança” do cartaz assume duas funções distintas: primeiramente, enquanto ideia concretizada na própria imagem do cartaz. Nesse caso, ela assume a posição de fetiche, ocupa o mundo do óbvio, sendo possível inseri-la entre a zona identitária e a zona proximal. Em outro patamar, a mesma imagem toma a criança enquanto ser representacional, uma ideia genérica, um ser de quem se fala (ELE/ELA). Fala-se do menor e do seu estado disfórico de abandonado. Nesse sentido, situam-se elementos eufóricos como a restituição, o bem-estar, o amparo, enquanto estados desejáveis a serem atingidos. Assim, estão situados na zona distal junto com aquele modelo de criança e, por isso, pertencem à categoria dos ídolos.

Ainda, no cartaz, o versículo bíblico recebe o *status* de ídolos que, conforme já mencionado por Rastier, compartilham do mesmo conjunto dos códigos jurídicos, teorias filosóficas, científicas e religiosas. O cartaz e a bíblia são objetos transacionais e compõem o universo dos fetiches. Além disso, o enunciado “Quem acolhe o menor, a mim acolhe” relaciona as zonas identitária e proximal (um “eu” enunciator se dirige a um “tu”, enunciatário/público) com a zona distal (um “ele”, ou o menor). Logo, o versículo funciona também como um mandamento e, neste sentido, é compatível com um ato nomológico – aquele regulado por uma lei religiosa, artística ou jurídica – que é uma das três espécies de ação proposta por Rastier (2010, p.38).

3.3.Campanha da Fraternidade 1988

Em 1988, a Campanha da Fraternidade imprimiu esforços para debater a questão do negro no Brasil. A inspiração para eleger a temática foi o evento histórico da abolição da escravidão, que completara cem anos. Externamente à Igreja, em outro plano cultural, escolas de samba homenagearam o centenário da libertação dos escravos negros. Alguns enredos foram: “Kizomba, festa da raça” (Unidos de Vila Isabel), 100 anos de liberdade, realidade ou ilusão?” Estação Primeira de Mangueira), “Sou negro, do Egito à liberdade” (Beija-Flor de Nilópolis).

No interior da igreja, Dom Eugênio Sales, um dos fundadores da Campanha da Fraternidade, realizava um evento próprio em sua arquidiocese situada no Rio de Janeiro, adotando um viés diferente daquele apresentado no texto-base. Este, por sua vez, fazia uma autocrítica quanto à atuação da Igreja enquanto um dos legitimadores da escravatura no país. No entanto, Dom Eugênio propôs o lema “Várias raças, um só povo”, defendendo que o fenômeno discriminatório estava relacionado mais a fatores sociais e econômicos do que raciais. O religioso ainda se posicionou contra a proposta de criação da Pastoral do Negro, reivindicada por alguns religiosos¹².

Em contrapartida, autarquias como Dom Marcelo Pinto Cavaleira, bispo de Guarabira (PB) da época, concorda com a posição de que pessoas negras ocupam pouco espaço em certos setores da sociedade normalmente ocupados em sua maioria por pessoas brancas, como médicos, advogados, engenheiros. Além disso, o bispo reconhece que, no próprio âmbito da instituição católica, o número de negros é reduzido.

Normalmente, pessoas negras ocupam postos de trabalho mais populares e que não exigem extensa formação acadêmica, como faxineiros, açougueiros, motoristas, garis, entre outros tantos que, de certa forma, promovem, estruturalmente, um ambiente separado entre aqueles que servem e aqueles que são servidos. Carvalho (2021) afirma que “entre os negros escravizados, os homens eram os copeiros e as mulheres se dividiam entre as funções de mucamas, arrumadeiras e cozinheiras, sendo as amas de leite, logo o braço que sustentava a criação das crianças” (CARVALHO, 2021, p.319).

Nesse contexto, ainda se verifica a discrepância no que se refere à formação acadêmica, na qual escolas públicas, embora disponham de alguma mistura racial, são frequentadas majoritariamente por negros. Enquanto isso, as escolas particulares são destinadas à elite branca com mais condições de vida e, por consequência, ocupa as vagas nas universidades.

Evidentemente, esta constatação não esbarra no fator “capacidade”, mas na questão de “igualdade de condições”. Contudo, é necessário não entrar em generalizações, afinal, há pessoas brancas também ocupando baixos postos na sociedade também, porém em menor quantidade do que pessoas negras. Além disso, mesmo que o negro alcance os mesmos níveis ocupados por pessoas brancas, ele acaba sendo considerado “estrangeiro”, tanto por parte da elite quanto por parte do público.

Nesse âmbito, é notório o olhar dessa realidade, contrapondo-a ao discurso religioso proferido pelo Papa em sua mensagem para a campanha de 1988: “a escravidão tem a sua

¹² Cf. <http://www.fgv.br/cpdoc/acervo/dicionarios/verbete-biografico/eugenio-de-araujo-sales>

origem última no pecado e que têm a mesma origem os fermentos de ódio e de divisão, que alimentam os preconceitos raciais e proliferam em situações conflituosas e em discriminações e emarginações” (JOÃO PAULO II, 1988). Portanto, o olhar da Igreja insere o problema enquanto consequência do pecado, em outra perspectiva, trata a temática sob o resultado de um longo processo histórico em que pessoas negras foram submetidas, por séculos, aos mais cruéis castigos e mesmo após a abolição da escravidão, tiveram um enorme bloqueio para se instaurar enquanto pessoa na sociedade.

Como mencionado, a Igreja reconhece o papel negativo que desempenhou no processo escravagista no Brasil. Embora a instituição tenha, de fato, silenciado diante da escravidão, houve ações que foram na contramão dessa atitude. Assim, como a semiótica das culturas trabalha em perspectiva multidisciplinar, convém elucidar tais ações religiosas, uma vez que compõem o universo discursivo da campanha de 1988.

Dessa maneira, é sabido que a ideologia católica era voltada para a conversão e propagação da fé cristã e uma das vias de acesso foi as navegações portuguesas pelo marítimo. Assim, em meio aos relatos, há o discurso vigoroso de Joaquim Nabuco, na sua obra “O abolicionismo”, segundo o qual “nenhum padre tentou, nunca, impedir um leilão de escravos, nem condenou o regime religioso das senzalas. A Igreja Católica, apesar do seu imenso poderio em um país ainda em grande parte fanatizado por ela, nunca elevou no Brasil a voz em favor da emancipação” (NABUCO, 1949, p.18).

Outra informação vem do artigo “A Igreja e a escravidão no Brasil”, do professor, filósofo e teólogo Inácio Strieder, segundo o qual:

a instituição se ajeitou com a escravidão negra. Foram necessários 300 anos para que, finalmente, fosse declarada desumana e abolida oficialmente. Durante este longo período, também o clero possuía escravos. Contudo, já por meados do século XIX, mesmo antes da campanha abolicionista, os religiosos começaram a dar-lhes a liberdade (STRIEDER, 2000, p.220).

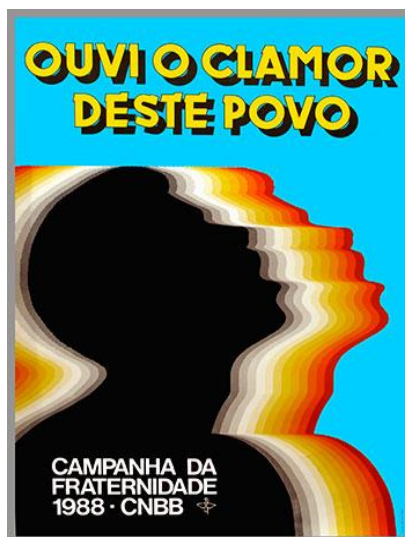
Strieder (2000) conta, ainda, a realização do Sínodo da Igreja da Bahia, ocorrido em 1707. Os poucos participantes que estavam presentes concordaram com as “Constituições Primeiras do Arcebispado da Bahia”, que foram uma compilação de normas que tinham o objetivo de facilitar o trabalho de uma diocese na colônia. Essas normas perduraram até fins do século XIX. Strieder (2000) conclui que quarenta cânones foram reservados aos escravos, mas nem um questionava a escravidão.

O sociólogo Clóvis Moura, em sua obra “Dicionário da escravidão negra no Brasil”, afirma precisamente que a Igreja e seu clero sempre foram escravistas. Nestes termos, revela que os jesuítas utilizavam do trabalho escravo em suas reduções e nas fazendas. Certamente, há muitos relatos, denúncias e insatisfações envolvendo a postura da Igreja perante à escravidão, o que incomodavam membros da CNBB.

No que se refere ao cartaz desta campanha, ele contém uma imagem representativa, logo não realista, de um homem que se posiciona de perfil e com a cabeça voltada para o alto. Pintada na cor preta, a imagem produz reverberações dela mesma, porém nas cores branca, amarela e laranja. Semioticamente, as cores traduzem o clamor de uma classe por mais igualdade. Além disso, a boca aberta retoma o ato do grito, o qual se manifesta no lema da campanha.

Dessa forma, o enunciado “ouvi o clamor deste povo” evoca uma memória bíblica que remete ao livro do Êxodo: “... Tenho visto, atentamente, a aflição do meu povo, que está no Egito, e tenho ouvido o seu clamor por causa dos seus exatores, porque conheci as suas dores” (BÍBLIA SAGRADA, Ex 3, 7). Como se observa, do ponto de vista do foco narrativo, as ações são narradas em terceira pessoa, apesar de que a tradição judaico-cristã compreende o protagonista Moisés como autor da obra.

Figura 4 - cartaz da campanha da fraternidade 1988



<https://campanhas.cnbb.org.br/campanha/fraternidade1988>

Em toda ocasião, o “clamor” advém da situação de escravidão vivida pelo povo hebreu. Nesse contexto, Deus fala com Moisés e designa-o como o líder de uma grande missão: libertar os hebreus da dominação egípcia. No plano semiótico-cultural, a negação da exploração e

consequente afirmação da liberdade implica a negação da influência de um sistema religioso baseado no politeísmo para a preservação das raízes monoteístas. Além disso, o clamor pela liberdade é também a saída (por isso, o nome êxodo) de uma cultura cuja espaço não lhe pertence, afinal, a libertação dos hebreus também carrega a ideia de habitar uma “terra prometida”.

Com base no exposto, o hino da campanha traz os seguintes versos “O Deus da aliança nós vamos cantar”, “Meu Deus, és a força de quem confiou”. Um ponto crítico a se destacar é a presença de figura divina cristã. No entanto, considerando a influência do contexto histórico para a construção do hino, incluindo o sofrimento dos escravos negros certamente trazidos da África para serem escravizados em outros continentes, considera-se que esse grupo cultuava outras divindades, – logo, politeístas – pois tinham sua própria cultura, suas próprias crenças. Assim, a menção da figura de “Deus” (escrita em maiúscula) remete ao ser representado na Bíblia de tradição hebraica, portanto, monoteísta.

Ainda em relação ao hino, percebe-se a estratégia que o enunciador desenvolve para expor sua história: vários são os versos que são iniciados isolando o verbo “olhar”: Olha, / que eu vim lá de longe, / perdendo raízes”, “Olha, / cruzei tantos mares”, “Olha, / vendido em leilão”, “Olha, / nos campos roçados / Reguei com meu sangue, meu sonho maior”; “Olha, eu venho sofrido”, “Olha, rompendo correntes / Pra nós, liberdade enfim vai chegar”.

Certamente, os versos acima convocam a atenção de toda a sociedade a acompanhar a história de sofrimento do povo negro, ora cruzando mares e habitando novas terras não por vontade própria, mas para satisfazer os interesses do colonizador, e ora sendo vendido em leilão como um ordinário objeto de troca, maculando sua dignidade humana. Nesse sentido, restou-se o atraso educacional e econômico em relação aos indivíduos brancos que foram durante séculos privilegiados apenas por sua cor de pele.

Portanto, no interior das zonas antrópicas do entorno humano, a humilhação, o sofrimento, o encarceramento, a discriminação são sanções impostas ao negro, elas habitam a fronteira entre a zona identitária e proximal, assumindo, dessa maneira, o status de fetiche. Enquanto o “respeito”, a “dignidade”, a “igualdade”, a “liberdade” são valores almejados e, por isso, distantes do grupo social abordado, portanto ocupam a zona distal e são categorizados como ídolos.

3.4.Campanha da Fraternidade 1989

No âmbito da CNBB, o ano de 1989 foi destinado à comunicação. Assim, algumas ações estavam de certa forma conectadas ao ideário promovido pela instituição como, por exemplo, o lançamento de um jornal sob o argumento de que a Igreja Católica tem o direito de dispor de seus próprios meios de comunicação. No entanto, a iniciativa causou certo desconforto em lideranças da instituição católica, como D. Eugênio de Araújo Sales, cardeal do Rio de Janeiro, que temia a vinculação do jornal a ideias progressistas de membros da CNBB (AZEVEDO, 1989, p. A4).

D. Luciano Mendes de Almeida, presidente da CNBB da época, exercia ofício de colunista no jornal Folha de São Paulo, escrevendo para o periódico todos os sábados sobre assuntos políticos e religiosos. Somado a isso, o religioso mantinha articulação entre a Igreja e o poder executivo do país, exercendo, portanto, o intermédio entre os interesses da instituição católica e o governo federal.

Além disso, a comunidade religiosa presenciou a ação do bispo aposentado D. Quirino Adolfo Schmitz, que cria a “telebênção”, uma forma de atender fieis pelo telefone, os quais tinham que arcar apenas com o custo da ligação. Tal atitude estava em consonância com o ideal da campanha de 1987, que apresentava o tema “Fraternidade e comunicação” e o lema “Comunicação para a verdade e a paz”.

Antes de adentrar no material da campanha, é imprescindível conhecer a atmosfera sobre a qual pairava as inquietações da CNBB, através de seu presidente. O respeito da função pelos meios de comunicação na vida das pessoas, o líder católico faz uma série de questionamentos: “que tipo de sociedade a criança aprende, desde cedo, diante da televisão?”, “que comportamentos vinculam algumas novelas”, “e as imagens chocantes durante o carnaval?” (ALMEIDA, 1989, p. A2).

Com isso, percebe-se a preocupação com priorização de imagens que levem o indivíduo a reproduzir comportamentos que desrespeitem a pessoa humana e/ou tratem-na como objeto de depravações, conforme já se vinha criticando a exposição de corpos femininos durante o carnaval. Além disso, a CNBB critica as propagandas que estimulam práticas de consumismo e convida as comunidades a refletirem sobre a veracidade da informação. Este último ponto revela uma preocupação daquela época que se intensificou com a expansão da internet, quando as chamadas *fake news* (notícias falsas) viraram motivos de preocupação por grande parte da população.

Diante desse contexto, o cartaz da campanha exhibe um ambiente midiático em que os personagens são representados por figuras humanas como se fossem um desenho animado. O

ambiente é bastante colorido. Dentre essas figuras, há repórteres entrevistando um homem que, certamente, representa a figura de Jesus Cristo da forma que era visto na época. Assim, as “vestes brancas”, “cabelos e barbas loiros” são os signos que permitem identificá-lo como tal. No plano secundário da arte, é exibida, de forma centralizada, apenas o rosto de Jesus, porém com traços desfocados que, em termos técnicos, seria uma imagem de poucos *pixels*.

Figura 5 - cartaz da campanha da fraternidade 1989



<https://campanhas.cnbb.org.br/campanha/fraternidade1989>

Além disso, há a presença de um público bastante heterogêneo que assiste à entrevista: negro, pardo, branco, criança, adolescente, uma moça com um véu e outra de turbante, compondo um ambiente intercultural.

Convém lembrar que a semiótica das culturas trabalha com semióticas verbais e não verbais. Elas são responsáveis pela memória social, a identidade cultural, a consciência histórica. Nesses termos, o rosto do Cristo centralizado no cartaz traz, à memória, o Sudário de Turim ou Santo Sudário, pano que, segundo a Igreja Católica, foi utilizado para cobrir todo o corpo de Jesus após a crucificação. Embora haja controvérsias a respeito da legitimidade do tecido, o propósito para a semiótica das culturas não é investigar a veracidade dos fatos, mas compreender que, do signo não verbal impresso no cartaz, emana outro signo conectado a uma memória religiosa. Em todo caso, percebe-se como tal imagem se vincula à praxeologia representacional, como se observou nos postulados de Rastier (2010), cujos elementos compõem a ordem do cognitivo: memória, raciocínio, esforço mental, mas também as artes.

Outro fator praxeológico é o físico, aquele que se interessa pelas atividades técnicas e produtivas. Ora, no cartaz observa-se a presença de profissionais em plena atividade, o que já demonstra o pertencimento daquele público a uma cultura e sociedades tecnológicas em contraposição a outras sociedades não tecnológicas ou tribais. Além disso, a interculturalidade

é um aspecto importante na constituição do cartaz, uma vez que a variedade de atores permite concluir que a comunicação não deve ser restrita a um grupo dominante, mas a populações vulneráveis a um sistema que manipula comportamentos, a fim de alienar os cidadãos a aceitarem “verdades” normalmente com viés político.

Nesse sentido, observa-se que o tema se vincula a uma memória sociopolítica e responde, de certa forma, a um contexto em que os meios de comunicação e a liberdade de expressão eram, diversas vezes, cerceados pelo regime militar, o qual havia apenas quatro anos de seu término. “Temos que abrir espaço para que o próprio povo possa se expressar nos meios de comunicação, mostrando a riqueza de sua cultura, seus anseios e esperanças” (ALMEIDA, 1989, p. A2), assim se expressa D. Luciano Almeida, cujo discurso se liga, de certo modo, ao período acima referido, em que as manifestações culturais eram constantemente controladas e até mesmo censuradas.

O estudo dos gêneros textuais também é previsto como um dos componentes de uma semiótica das culturas. Nessa perspectiva, existe o gênero cartaz, ocupando uma posição macro em relação a outro gênero no interior dele, que é a entrevista, ocupando uma posição micro, porém imprescindível para a constituição dos sentidos. Observa-se, então, que a entrevista possui os atores, cada um exercendo uma função dentro da esfera comunicativa do jornalismo. Enquanto um ator representa a autoridade do meio jornalístico, o outro normalmente representa ou possui uma autoridade própria, mesmo que a exigência do semema /formação acadêmica/ não seja fator imperioso. Assim, normalmente a entrevista assume uma especificidade técnica a depender do ambiente em que se manifesta.

No caso do cartaz, a entrevista ocorre na rua e, neste espaço, a comunicação tem a característica de ser mais espontânea do que se fosse feita em ambiente regrado. Em todo caso, o que está em jogo é a figura da autoridade entrevistada, pois representa uma voz social e cultural. A composição do cartaz evidenciando a figura do Cristo já revela a ideologia cristã ao inserir a figura do seu maior representante como autoridade que comunica e expõe a realidade local. Além disso, congrega o divino e o humano em um só espaço, como se todos assumissem uma posição igualitária. Uma vez que esta autoridade representa a “absoluta verdade” na perspectiva cristã, o relato que se manifesta pela gestualidade possui um público que funciona tanto como testemunha quanto devotos desta autoridade divina.

No entanto, ao relacionar o poder de verdade emanado pela figura do Cristo às inquietações da Igreja em relação à comunicação, verifica-se que os meios de comunicação sofrem desconfiança e o descrédito social em transmitir a informação correta e verdadeira.

Assim, tal prática vai de encontro à dimensão ética, uma das dimensões da comunicação (a outra é a teológica), conforme documento da CNBB sobre a temática em estudo: “entre os temas que se relacionam com a questão ética em comunicação estão, por exemplo: informações manipuladas, distorcidas ou errôneas (CNBB, 1997, p. 10).

Já a dimensão teológica da comunicação, conforme a fonte acima referida, diz respeito à ação divina na história da humanidade. Essa perspectiva concebe a criação como via de comunicação entre Deus e o homem. De acordo com o texto, o plano de divino vai paulatinamente se revelando e tem como ápice ou fim último a comunicação em Jesus Cristo. As duas perspectivas ou dimensões conhecidas compõem basicamente o plano do conteúdo do hino da campanha da fraternidade. Na primeira e segunda estrofe, o enunciador proclama:

Divulgando a Boa Nova,
convidando à conversação,
Jesus Cristo anuncia
a total libertação

O Espírito prometido
continua a revelar
a verdade que no mundo
haveremos de anunciar.

Assim, traduzindo a dimensão teológica acima descrita, o enunciador não compreende a comunicação como acabada na figura de Jesus. Ao contrário, produz um efeito de continuidade, em que ação do Espírito Santo é fundamental para que a verdade seja transmitida pela humanidade. Esse movimento é coerente com a perspectiva da CNBB quando afirma que “Deus é Trindade comunicativa”. Assim, a Bíblia, do ponto de vista estrutural, é dividida em Antigo e Novo Testamento, mas do ponto de vista “espiritual-temporal” é dividida no tempo do Pai, do Filho e do Espírito Santo, cada um corresponde a uma forma diferente de comunicação entre o divino e o humano.

Na outra via, a dimensão ética se faz presente no restante da canção, em que o enunciador produz um discurso mais politizado, logo crítico e de denúncia: “Quantas vozes mentirosas que enganam o humano ser: só defendem os interesses do dinheiro e do poder” e “Denunciemos toda forma humilhante de opressão: tudo aquilo que deforma nosso povo, nosso chão”. Portanto, constata-se um discurso polarizado e a preferência pelos valores éticos em detrimento dos valores capitalistas.

Com base no exposto, a comunicação, inerente a todo ser vivo, bem como os meios de comunicação subscrevem -se enquanto fetiches. Afinal, tal atividade se encontra

entre a zona identitária (EU/NÓS) e a zona proximal (TU/VÓS). Por outro lado, como a preocupação da Igreja era com a “verdade”, esta foi tratada de forma idealizada, uma vez que é inconcebível um mundo ou ambiente em que a informação tenha sido veiculada sem erros ou alterações. Portanto, ela (a verdade dos fatos) é o objeto a ser alcançado integralmente, logo, ocupa o status de “ídolo” no âmbito do entorno humano.

3.5.Campanha da Fraternidade 1990

Um ano antes da realização da Campanha da Fraternidade de 1990, houve uma polêmica em torno deste evento, o qual apresentava a mulher como foco. O cerne da questão girou em torno do lema do evento, escolhido pelo teólogo Carlos Mesters: “Mulher e homem: imagem de Deus”. Não obstante, várias pastorais católicas se inclinariam para a frase “Mulher, levanta-te, tua libertação está próxima”, caso da Pastoral da Mulher Marginalizada que declarou, publicamente, sentimento de frustração pelo slogan aprovado pelos bispos (AZEVEDO, 1989, p.C5).

A respeito dos slogans em questão, é preciso estabelecer um ponto crítico entre eles e a proposta da campanha. O primeiro lema, o oficial (Mulher e homem: imagem de Deus) enfraquece a representação feminina, pois a exclusividade dada a este gênero fica ofuscada pela presença da palavra “homem”, mesmo que a palavra “mulher” tenha sido colocada como primeiro termo da frase. Assim disposto, o lema apenas camufla a intenção de que a campanha é dedicada às mulheres.

O segundo slogan, o que fora rejeitado, (Mulher, levanta-te, tua libertação está próxima) em contrapartida, coloca a figura da mulher como agente central. Inclusive, transmite a ideia de conquista, de realização (“tua libertação está próxima”), uma vez que se discute o papel da mulher na sociedade, na família, na vida conjugal, nas relações trabalhistas.

Analisando cada um dos lemas, percebe-se que ambos recuperam outros discursos bíblicos. No lema recusado, por exemplo, a oração “levanta-te, tua libertação está próxima”, remete a Lucas, o qual descreve um cenário caótico e apocalíptico:

E haverá sinais no sol e na lua e nas estrelas; e na terra angústia das nações, em perplexidade pelo bramido do mar e das ondas. Homens desmaiando de terror, na expectativa das coisas que sobrevirão ao mundo; porquanto as virtudes do céu serão abaladas. E então verão vir o Filho do homem numa nuvem, com poder e grande glória. Ora, quando estas coisas começarem a acontecer, olhai para cima e levantai

as vossas cabeças, porque a vossa redenção está próxima (BÍBLIA SAGRADA, Lc 21, 25-28).

Dessa maneira, constata-se a presença da palavra “homens” significando a noção de “humanidade”, e não “seres do sexo masculino”, conforme se observa no texto original, o qual utiliza o termo *ἀνθρώπων*¹³. No que se refere ao lema oficial “Mulher e homem: imagem de Deus”, ele transmite uma memória bíblica da figura de Eva e Adão como figuras que representam a origem da humanidade e representantes da estrutura familiar canônica, em que homem e mulher deveriam ser um só corpo, uma só unidade, embora se saiba que, de acordo com o plano cultural, a sociedade desde os primórdios fora edificada sob o prisma patriarcal. Logo, não é de se admirar a escolha da Igreja por esse lema no lugar do anterior, uma vez que o primeiro traz apenas a figura da mulher, isolada, como se ela tivesse condicionada a estar próxima a uma figura masculina, portanto, destoante das fronteiras ideológicas da instituição católica, a qual prevê a comunhão entre homem e mulher seres que se unem para formar um só corpo.

Além do exposto, o lema “Mulher e homem: imagem de Deus” acrescenta novas significações ao texto original contido no livro do Gênesis: “E disse Deus: Façamos o homem à nossa imagem, conforme a nossa semelhança” (BÍBLIA SAGRADA, Gên. 1, 26). No entanto, para compreender essas significações, são necessárias algumas elucidações sobre a tradução do versículo. Conforme o dicionário Hebraico-português, o termo *אָדָם* é traduzido como “homem”, “Adão”, “pessoa”, logo, se refere à humanidade, já que o termo *אִישׁ* designa “homem”, “varão”.

Contudo, como se explicaria, então, traduções em que aparece o vocábulo “mulher”? como em “E criou Deus o homem à sua imagem; à imagem de Deus o criou; homem e mulher os criou” (BÍBLIA SAGRADA, Gên. 1, 27). Acontece que o termo *אִשָּׁה* é primeiramente traduzido como “fêmea”, mas também pode ser “mulher”, “gênero feminino”, enquanto o vocábulo “mulher” possui diversas acepções dependendo da situação social. Em Gênesis 3,2, por exemplo, quando se narra “E disse a mulher à serpente: Do fruto das árvores do jardim comeremos”, o termo *אִשָּׁה* significa a “mulher esposa”.

Assim, o lema “Mulher e homem: imagem de Deus” ressignifica o original no instante em que o ator “homens” (humanidade) cede lugar ao “homem” específico, acompanhado da “mulher” ser social e não como “sexo feminino”. Além disso, embora

¹³ Cf. <https://biblehub.com/whdc/luke/21.htm>

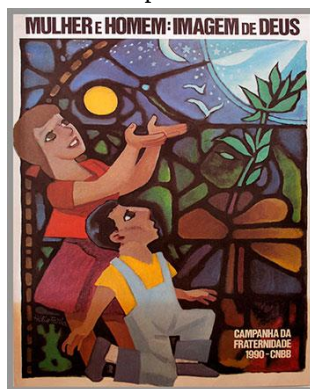
o discurso bíblico se reporte à ideia de humanidade, o discurso de que “Deus criou o homem à sua imagem”, transmite sempre a sensação de uma figura masculina, pois, infelizmente, a língua não possui outro termo para designá-la a não ser o lexema “homem” ao qual está conectado morfológicamente àquela.

Como mencionado, o discurso papal constitui parte da literatura das campanhas da fraternidade. A respeito deste, cabe expor parte do discurso de João Paulo II sobre o tema: “Assim, nem o homem é superior à mulher, nem a mulher ao homem. Isso não quer dizer que ambos são iguais em tudo. Cada um dos dois, possui a totalidade e a dignidade do ser humano, mas não da mesma forma (JOÃO PAULO II, 1990).

Com esse discurso, João Paulo II toca em um problema social que percorre tanto o mundo oriental quanto o ocidental. O tratamento desigual entre homens e mulheres ocupam espaços artísticos, políticos, educacionais e vínculos trabalhistas de forma estrutural. Nesse aspecto, a falsa superioridade masculina foi sendo propagada por gerações, com o argumento baseado na história de que o homem pré-histórico era o provedor, o caçador, o que possuía a força física para enfrentar os animais selvagens e disso resultando na figura de um herói, responsável pela sobrevivência familiar. Além disso, justifica-se o sexo feminino como inferior com base nas características psicológicas: geralmente, mulheres têm aspectos emocionais mais acentuados do que os homens. Com isso, propaga-se o mito de que homens são mais racionais e que essa faculdade é essencial para obtenção de sucesso pautado em relações capitalistas.

A respeito do cartaz da campanha, observa-se o desenho de uma jovem mulher sorridente em pé, com as mãos estendidas para frente, e um homem que se posiciona diante dela, porém ajoelhado e com os braços estendidos para o lado. Ambos olham para o alto e na mesma direção. Além disso, observa-se um ambiente colorido, com formas e cores que ornamentam um ambiente verde ou uma paisagem natural. O ambiente noturno está representado por uma lua e as estrelas. A imagem intenciona recuperar, antes de tudo, os atores bíblicos Eva e Adão, representando a gênese do plano da salvação e, Maria e José como modelo de casal que sofreu as adversidades da sociedade em que viviam.

Figura 6 - cartaz da campanha da fraternidade 1990



<https://campanhas.cnbb.org.br/campanha/fraternidade1990>

No entanto, um aspecto peculiar permeia os referidos atores bíblicos: em Adão e Eva, a mulher é, em certo nível, retratada como a geração da desobediência, enquanto Adão é o servo obediente, a pessoa fiel aos desígnios do divino. Em contrapartida, a figura de Maria inaugura aquilo que a comunidade cristã denomina de História da Salvação. Ela representa a humildade, a obediência, a resignação ao plano divino. Enquanto isso, José tem uma participação fundamental para a manutenção desse plano, pois aceitou as condições pelas quais sua esposa foi condicionada, mas suas ações são bastante precárias na narrativa bíblica. Em todo caso, embora haja muitas recorrências regrando e, outras vezes, condenando o gênero feminino no Antigo e Novo Testamento, a figura de Maria surge como modelo de subversão às imposições patriarcais da época.

3.6. Fraternidade, trabalho e desemprego: campanhas de 1991 e 1999

Com o tema “Fraternidade e Trabalho” e o lema “Solidários na dignidade do trabalho”, a campanha de 1991 foi inspirada no centenário da encíclica *Rerum Novarum* do papa Leão XIII, que tratava da condição da classe trabalhadora.

O discurso do presidente da CNBB D. Luciano Mendes de Almeida (1991), publicado na Folha de São Paulo, trata da penosa realidade do trabalho no interior de ações pecaminosas e também expõe as relações de poder entre patrão e empregado, em que o primeiro detém de mecanismos manipulatórios que acabam impelindo os subordinados a se submeterem a condições humilhantes de trabalho:

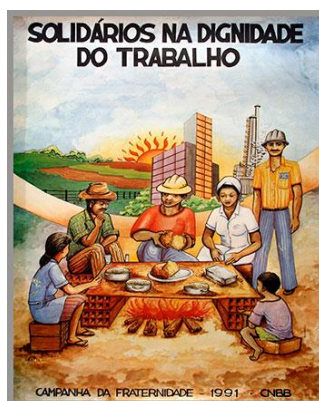
A realidade do trabalho envolve situação de pecado: a ganância leva, não raro, a explorar o próximo, tornando-se instrumento de injustiça, distribuição de bens e obrigando grande parte da população a trabalhos mal remunerados, expostos a acidentes em condições desumanas.

Alguns nem alcançam emprego e vivem à margem da sociedade (ALMEIDA, 1991, p. A2).

Nesse mesmo contexto, o texto-base da campanha avança no plano psicológico e compreende a situação concreta do trabalho no interior de sofrimentos humanos, como a insegurança, a angústia, as injustiças, as frustrações (CNBB, 1991). Tanto o discurso de D. Luciano Mendes como o texto-base perpassam o contexto histórico vivido, já que as condições descritas caracterizam a maior parte da população dos países subdesenvolvidos. Assim, ao inserir essa realidade no âmbito das zonas antrópicas, percebe-se que os elementos constitutivos de ambos os discursos estão na ordem dos fetiches (má remuneração, condições desumanas, exploração, marginalização, frustração). Já a realidade a ser alcançada seria um mundo idealizado, um mundo ausente em que nenhum desses problemas existiriam. Nesse sentido, observa-se esse mundo na representação feita no cartaz da campanha da fraternidade.

No cartaz oficial desta campanha, percebe-se um ambiente bastante colorido, as pessoas estão ao redor de uma mesa rústica e que, ao mesmo tempo, seria também o fogão, já que se observa uma fogueira acesa abaixo do suporte. A base desse artefato é composta de tijolos, os quais também servem de assento para os sujeitos, os quais estão ao redor da mesa e reunidos para uma refeição.

Figura 7 - cartaz da campanha da fraternidade 1991



<https://campanhas.cnbb.org.br/campanha/fraternidade1991>

Os homens ali presentes são representantes do trabalho industrial, já que uns estão utilizando um capacete de segurança próprio desse ramo, e outro, representando o espaço rural, devido à caracterização de suas vestes o chapéu. Assim, de maneira bem harmônica, a arte do cartaz traz ainda os referidos espaços em segundo plano: a zona urbana constituída de edifícios, uma fábrica, e a zona rural, com o verde do campo, as árvores e

o cercado. Além dos atores masculinos, há a presença de uma criança e de mulheres, uma delas lembrando uma enfermeira. Do conjunto heterogêneo dos atores, emana os valores da fraternidade, da família, da partilha em comum, da inclusão.

No centro, homem que reparte o pão ativa a memória bíblica do evento conhecido como “Santa Ceia” ou “Última Ceia”, em que os apóstolos estavam reunidos ao redor de Jesus, no dia anterior a sua morte. Na narrativa bíblica, o pão simboliza o próprio corpo de Jesus imolado. Enquanto isso, na arte do cartaz, o pão simboliza o resultado do trabalho e o sustento do operário. Dessa maneira, em sociedades cristãs, o sentido de “pão” se estabelece por metonímia e compõe a manifestação mais emblemática e memorial da fé cristã, que é a oração do Pai Nosso.

Como observado, a cena da partilha do pão ativa uma memória bíblica. Todavia, essa informação paira na mente do público graças às artes plásticas, com a popularização do quadro do pintor renascentista Leonardo Da Vinci, *L’Ultima Cena* ou *II Cenacolo* (1498). Os sujeitos da pintura e do cartaz possuem em comum o fato de desempenharem alguma atividade trabalhista na sociedade.

Contudo, o tema “trabalho” nem sempre foi concebido em âmbito bíblico como algo digno ou eufórico, em termos semióticos. O livro de Gênesis, capítulo terceiro, narra de forma alegórica como o homem (Adão) desobedeceu às ordens de Deus e que, a partir de então, ele teria de produzir todo o seu sustento: “No suor do teu rosto comerás o teu pão, até que te tornes à terra; porque dela foste tomado; porquanto és pó e em pó te tornarás” (BÍBLIA SAGRADA, Gên. 3, 19). Com base nisso, é gerada uma visão de mundo que fixa as bases ontológicas do homem, segundo a perspectiva cristã, um ser efêmero, incapaz de mudar o seu destino. Sua sobrevivência dependerá de suas próprias forças ou do próprio trabalho.

Destarte, o texto-base da campanha concebe o “suor do rosto” como a primeira forma de sofrimento, advinda da experiência do trabalho, a outra forma “são os gemidos, como quem sofre as dores de parto” (CNBB 1991, p. 63). Esta frase remete ao livro de Romanos 8, 22 e refere-se à criação divina como um todo: “Porque sabemos que toda a criação geme e está juntamente com dores de parto até agora” (BÍBLIA SAGRADA, Rom. 8, 22).

Nesses termos, constrói-se a visão de que o homem, sendo uma dessas criações, estaria sujeito a obter o alimento de forma penosa, com suor e gemidos, e todo este sofrimento é resultado de um sistema que idolatra o dinheiro como fim último de toda a necessidade humana. Assim, a tradição popular foi difundindo um sentido negativo do

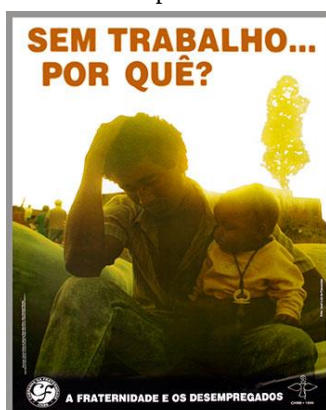
dinheiro, arraigando discursos como “dinheiro não traz felicidade”. Porém, uma crítica feita, de maneira mais pragmática, deveria incidir no uso imprudente do dinheiro como meio de financiar guerras, desviar recursos básicos à vida humana, promover o tráfico de drogas, entre outros.

Em contrapartida, à campanha do início da década de noventa, a celebração de 1999 teve como tema “A fraternidade e os desempregados”. Nessa época, a Igreja se posicionava, criticamente, à política econômica adotada pelo então presidente Fernando Henrique Cardoso e ao neoliberalismo que, na perspectiva do papa João Paulo II, é um sistema que se baseia na “concepção economicista do homem, valorizando o lucro e as leis do mercado em detrimento da dignidade e do respeito da pessoa e do povo” (HUMMES, 1999, p. A2).

Frei Betto afirma que a pessoa desempregada: “perde a autoestima, a identidade social, os meios indispensáveis à sobrevivência digna. A sensação de fracasso favorece a ruptura de vínculos familiares, a dependência química (álcool e drogas), a perda das raízes culturais, a violência, obrigando o desempregado a encarar o espectro da pobreza (BETTO, 1999, p. A2).

A partir dos dados, percebe-se como estes discursos ecoam na condição do ator estampado no cartaz da campanha. Em primeiro plano, há um homem sentado e uma criança sobre a perna dele. O adulto está com uma das mãos à cabeça. No plano de fundo da arte, é possível identificar outros homens. Todos eles são identificados como cidadãos da zona rural. O ambiente está dividido entre o claro e o escuro da luz solar, sendo que os atores iniciais são retratados em um espaço de pouca iluminação. Finalmente, o lema da campanha vem sobrescrito com os dizeres “Sem Trabalho...por quê?”, criado a partir do tema “A Fraternidade e os desempregados”.

Figura 8 - cartaz da campanha da fraternidade 1999



<https://campanhas.cnbb.org.br/campanha/fraternidade1999>

Com base na descrição, vários sentidos são emanados desse objeto cultural, como a posição assumida pelo homem evidenciando seu aspecto psicológico. Dessa maneira, o estado de privação causada pela falta de trabalho produz uma série de outros problemas, coma a fome, consequentemente afetando à saúde. Associado a isso, advêm problemas psicológicos, como a insegurança, angústia, a depressão, o medo.

Assim, a privação de um valor tão imprescindível para o sujeito acarreta uma transferência de responsabilidades, isto é, para alguns indivíduos, a sensação pode ser de impotência, achando que ele é culpado do insucesso de não conseguir um emprego. Ao mesmo tempo, existe uma pressão social, pois o cidadão fica sob o julgamento de outros, começa a ser visto de forma diferente e algumas vezes taxado com palavras ofensivas, como “desocupado”, “vagabundo”, entre outras. Neste sentido, o lema “Sem trabalho...Por quê?” pode produzir um efeito disfórico na mente desse sujeito, uma vez que se torna um eco daquelas diversas vozes sociais.

Em contrapartida, aplicada a um contexto mais amplo, a interrogação do lema está à espera de uma resposta. Ela consiste em um chamado a toda a população e principalmente às instâncias governamentais, já que a Igreja se posiciona criticamente ao Estado, cobrando-lhe ações sociais voltadas para a preservação da vida humana.

O lema “Sem trabalho...Por quê?” constitui um ponto de partida para a composição dos hinos litúrgicos, como se observa no refrão do hino da campanha (à esquerda) e também na primeira estrofe (à direita)

Na esperança de um tempo melhor
“Sem trabalho” não fique ninguém.
Com Jesus, nosso mestre e Senhor,
Rumo ao Novo Milênio que vem!

Somos Povo de Deus que caminha
Ao convite que o Pai hoje faz:
“Venham todos, trabalhem na vinha”
Do meu Reino de vida e de paz!

Primeiramente, o terceiro verso da estrofe promove uma memória bíblica da parábola narrada no livro de Mateus, 20, em que um pai saiu de madrugada a fim de empregar trabalhadores para a sua vinha. O patrão, à medida que ia transitando, foi empregando, paulatinamente, homens ociosos, porém, no momento do pagamento, os primeiros que trabalharam mais tiveram seus salários iguais aos dos últimos, gerando revolta. Contudo, o senhor replica, dizendo: “Amigo, não te faço agravo; não ajustaste tu comigo um dinheiro? Toma o que é teu, e retira-te; eu quero dar a este derradeiro tanto como a ti” (BÍBLIA SAGRADA, Mt 20, 13-14).

A respeito da canção, o trabalho na vinha reitera o ambiente campesino, onde o trabalhador viveria em harmonia e integridade, já que a caracterização espacial é feita com base em um lugar idealizado, situado em tempo indeterminado e fora da linha temporal da história. Esse espaço assemelha-se ao Éden, com a diferença de que, neste lugar, o homem não precisava trabalhar.

A respeito disso, o trabalho foi retratado no livro do Gênesis, capítulo três, como sanção pragmática ao homem, por sua desobediência. Conforme Frei Betto, “outrora, o trabalho era considerado um castigo divino. ‘Comerás o pão com o suor de seu rosto...’. Hoje, é uma bênção.” (BETTO, 1999, p.A2). As palavras do religioso estão em consonância com a visão do enunciador do hino, que entoa:

Convertei-nos, ó Pai, do pecado,
Do egoísmo, de toda ambição!
O trabalho, direito sagrado,
Dê a todos a casa, o pão!

Os versos retomam valores que prejudicam a relação do homem com o trabalho, visto na campanha de 1991. No caso, o egoísmo e a ambição transformam as relações humanas, tornam os seres mais individualistas e menos altruístas.

3.7.Fraternidade e juventude: campanhas de 1992 e 2013

Tema inédito, a juventude foi escolhida como foco principal da campanha de 1992. Dessa forma, a Igreja preocupou-se com a inserção deste público na sociedade. Todavia, é imprescindível reforçar que a CNBB não confinou o evento apenas a situação dos jovens brasileiros, mas tratou de temas como homossexualidade, drogas, prostituição e Aids. Além disso, o texto-base da campanha discute temas variados sobre a relação do jovem com a afetividade, a família, a educação, a cultura, a sociedade, o trabalho, a política.

O então presidente da CNBB, D. Luciano Mendes Almeida apoiou um projeto do Governo para a criação da Secretaria da Criança, Adolescente e Família. Além disso, o religioso exaltava um projeto social composto por cinquenta educadores em Salvador, na Bahia, que trabalhavam na reintegração, acolhimento, recuperação de jovens afastados do convívio familiar.

Em meio às temáticas sociais, D. Luciano, que também era colunista da Folha de São Paulo, discursava a respeito da condição de crianças e adolescentes nas ruas: “Quem não os conhece? Vendem balas, limão, alho, limpam para-brisas. Engraxam sapatos. Pedem esmola. Sujos e maltrapilhos, amedrontam até os passantes. Alguns acabam atraídos pelo roubo e descambam no uso da cola e da droga” (ALMEIDA, 1992, p. A2).

Por sua aproximação com a política, o líder da CNBB profere um discurso que reflete uma realidade marcada pela falta de assistência por parte das instâncias governamentais, sobretudo no âmbito familiar, já que a presença de crianças e adolescentes que trabalham nas ruas origina-se de problemas estruturais de base. Por isso, o desemprego que atinge as camadas mais pobres da população, a fome, a desigual concentração de renda são fatores críticos que levam os jovens a adotarem medidas extremas.

Neste contexto, é importante ressaltar que o Estatuto da Criança e do Adolescente era uma lei nova, tinha apenas dois anos de existência. Inclusive, proíbe, expressamente, que jovens menores de catorze anos não se submetam a qualquer tipo de trabalho, exceto em condição de aprendiz e ainda considerando um horário específico para a realização das atividades, para não prejudicar o tempo destinado à escola.

Todos os aspectos apresentados vão ao encontro do discurso feito pelo assessor nacional da Pastoral da Juventude, padre Florisvaldo Saurin, que compreende a falta de perspectiva como o maior problema da juventude (SAMPAIO, 1992, p. 12). Nesse sentido, tal problema atinge mais as camadas sociais humildes como o adolescente que conclui o ensino básico e não consegue um emprego. Neste cenário, cursar ensino superior na década de noventa era um grande desafio para os mais pobres, já que a educação pública não preparava para este fim e as vagas nas universidades eram ocupadas pela elite brasileira. Em outras realidades, a pobreza extrema impelia jovens a abandonarem a unidade familiar e viverem na marginalidade. Noutras, a precária e aviltante renda familiar obrigava o jovem a trabalhar em tenra idade.

Para o cardeal-arcebispo d. Paulo Evaristo Arns, a campanha tem como objetivo o “rejuvenescimento da própria Igreja e que uma atuação mais ampla dos jovens na sociedade pode ser uma solução para os problemas nacionais” (SAMPAIO, 1992, p.12). A respeito disso, verifica-se como a composição feita para a campanha reflete este espírito de transformação social:

Queremos ser jovens, libertos, doados
na causa da vida e do amor empenhados,
abertos, conscientes, bem esclarecidos
juntar nossas mãos, caminhar mais unidos.

Ao contrário de outras estrofes, a voz enunciativa representa um ator coletivo modalizado por um querer-ser. Mesmo assim, o discurso deixa transparecer um valor bastante difuso em meio cristão, que é a “defesa da vida”. Ainda expressando o desejo de mudança e a mesmo tempo comungando com a ideia de D. Paulo Evaristo sobre o rejuvenescimento da Igreja, a estrofe seguinte já insere a juventude como atuante em meio eclesialístico:

Em nossa família, na comunidade,
queremos ser luz para a sociedade
Formando igreja, formando teu povo
na fraternidade, na busca do novo.

Porém, é necessário pontuar que a voz acima não fala por todos os jovens, mas constitui um simulacro de uma realidade almejada pela Igreja, uma situação idealizada, afinal, de todo discurso emana a ideologia que são valores que abandonam o modo de existência virtual ou o eixo paradigmático para serem atualizados e manifestados no eixo sintagmático da língua (GREIMAS & COURTÉS, 2011).

Nessas condições, a manifestação dessa ideologia se materializa no cartaz elaborado para essa campanha. Nele, os elementos não verbais correspondem à figura de uma pessoa de calça jeans e tênis, subindo uma escada, em direção a uma porta aberta que inaugura um ambiente luminoso. O espaço aporta a significação de uma mudança de estado ou transformação (conforme a teoria semiótica greimasiana) e o sujeito que transita terá uma nova “missão” a cumprir. Assim, ele caminha para um novo desafio, que é atuar em sociedade a favor da Igreja, uma vez que a combinação dos degraus e a porta lembram a arquitetura de um templo religioso. Contudo, a pessoa está em movimento ascendente e o que deveria ser o interior de uma igreja, visualizam-se, em segundo plano, tons cinzas bastante claros que mostram figuras geométricas representando edifícios, ou seja, uma espécie de “novo mundo”.

Figura 9 - cartaz da campanha da fraternidade 1992



<https://campanhas.cnbb.org.br/campanha/fraternidade1992>

Além disso, é possível ver o reflexo de uma cruz branca, como elemento que marca a presença católica na temática. Como objeto cultural, a cruz expressa, no âmbito do entorno humano, a categoria dos ídolos. Por ela, emana a simbologia que permeia a figura de Jesus e toda a reminiscência do sacrifício exercido em compromisso com a sociedade. Assim, essa informação chega ao público jovem como tentativa de despertar a memória de uma figura mítica marcada por valores da responsabilidade, seriedade, benevolência e capacidade de transformar a realidade em que viveu.

Ainda sobre os aspectos ideológicos veiculada no cartaz, verifica-se que o uso da calça *jeans* é um objeto cultural que identifica o jovem, embora este artefato não seja exclusivo do público em questão. No entanto, convém informar que a criação do industrial teuto-americano Levi Strauss não explica o uso do *jeans* como fator identitário da juventude, mas foi o protagonismo de James Dean (e também de Marlon Brandon), nos anos cinquenta, que tornou a peça, a camiseta e o casaco de couro símbolos de rebeldia, como é mostrado no filme *Juventude transviada*:

Ao longo das décadas seguintes, vimos a consolidação de um fenômeno que a cultura jovem construiu, que foi a inversão do sentido na construção da moda. (...). A partir dos anos 1960, a cultura jovem consagrou a roupa de trabalho das classes operárias, o jeans, como elemento de identificação geracional, num fenômeno talvez sem paralelo na indústria da moda, pois o jeans atravessa classes sociais, gêneros e faixas etárias, além de estar presente em praticamente todo o mundo. Jeans este que se tornou sinônimo de um estilo de vida jovem (SIMILI & BONADIO, 2017, p.191).

Logo, devido à associação com a rebeldia, propaga-se à visão de que os jovens são irresponsáveis ou preguiçosos, culminando em um distanciamento de outros grupos sociais. Disto, extrai-se a necessidade de aproximar este público na sociedade e, para isso, o lema “Juventude, caminho aberto”, harmonizado com a porta aberta no cartaz, reafirma esse objetivo. Destarte, o slogan possui ampla interpretação, porquanto revela uma tentativa de demonstrar que os jovens não estão limitados, mas podem ser atuantes na sociedade. Assim, a Igreja recruta a juventude a ser colaboradora do projeto religioso, desempenhando a função de mensageiros da instituição nas comunidades. Exemplo desse “recrutamento” acontece no hino da campanha, em que o enunciador expressa seu desejo na primeira estrofe:

Quero ver a juventude
Reunida em mutirão
Para abrir caminhos novos
Nos chamando à conversão
Nossos jovens atuantes
Na sofrida sociedade
Semeando o novo reino
De justiça e de verdade.

Com esse discurso, o enunciador promove o protagonismo juvenil. Aqui, ele representa a ponte que conecta a sociedade com os valores religiosos (novo reino, conversão). A mesma função se estabelece na estrofe seguinte, porém, de forma mais específica. Nesses termos, além de propagar valores cristãos, a juventude desenvolveria uma consciência mais crítica no combate a formas de dominação.

Quero ver a juventude
Espalhando amor e luz,
Convidando toda gente
Nos caminhos de Jesus;
combatendo os falsos deuses
do poder e do dinheiro,
vendo em todas as pessoas
outro Cristo, um companheiro.

A terceira estrofe apresenta, concretamente, os espaços de atuação, porém o mais importante é saber que a ação da juventude não está limitada. O dado novo na estrofe é a tentativa de simular uma linguagem mais coloquial que, normalmente, é utilizada no meio juvenil. Assim, o enunciador utiliza a expressão “injetando sangue novo” como forma de se aproximar do público e “falar a sua língua”:

Quero ver a juventude
Fermentando essa nação
Ao lutar por seus direitos
Na cidade e no sertão
Conquistando mais espaço
Injetando sangue novo
Nas escolas, no trabalho
Animando o nosso povo

Ainda no plano cultural, a música é outro fator que identifica o público juvenil. Nesse sentido, a década de noventa fora marcada por significativa influência do *rock* entre os mais jovens. Nesta época, bandas como Legião Urbana, Paralamas do Sucesso, Titãs, Engenheiros do Hawaii destacaram-se por letras de protesto, cunho político e rebelde, conforme seguiram muitos representantes desse gênero musical e marcaram, fortemente, a consciência de variados públicos. Dessa maneira, muitos adeptos do *rock* buscavam um visual mais alternativo, como cabelos longos, barba grande, uso de *piercing*. Neste contexto, cita-se outro objeto cultural, a canção “Oração de um jovem triste”, do compositor Antônio Marcos, de 1971. Na música o enunciador, em tom melancólico, expressa:

Calca apertada de cinturão	Cabelos longos iguais aos meus
Toco guitarra faço canção	Tu es o Cristo, Filho de Deus
Mas quando eu tento me procurar	Tanta ternura em teu olhar
Eu não consigo me encontrar	Tua presença me faz chorar

Já o LP da campanha traz, além das canções destinadas à celebração em si, a música “Queremos ser jovens, libertos”, tocada em ritmo de *rock*. Contudo, ela não traz

um discurso crítico em relação a problemas sociais envolvendo a juventude, embora a Igreja Católica não se ausente em criticar o sistema político quando necessário. Ao contrário, os versos da canção giram em torno de um querer-ser: “queremos ser luz para a sociedade”, (queremos ser jovens) abertos, conscientes, bem esclarecidos”. Em outro momento, reafirma a importância e o respeito à pessoa do jovem, em um discurso de inclusão, de apreço à liberdade de expressão e de incentivo à participação: “que jovem algum seja excluído de ser ouvido”.

Nesses termos, é nítido que as posições críticas sobre a figura do jovem e sua real situação na sociedade manifestam-se em discursos veiculados em mídia, nas palavras de líderes da Igreja Católica. Infelizmente, nem os hinos e nem o cartaz trazem alguma referência aos valores disfóricos sofridos por esse público.

Vinte e um anos depois, a Igreja propõe a retomada do tema da juventude. Diferentemente da década anterior, o lema: “Eis-me aqui, envia-me!” foi extraído de uma referência bíblica, o livro de Isaías: “Depois disto ouvi a voz do Senhor, que dizia: A quem enviarei, e quem há de ir por nós? Então disse eu: Eis-me aqui, envia-me a mim”. (BÍBLIA SAGRADA, Is 6, 8). De acordo com o livro, o profeta descreve, em primeira pessoa, uma de suas visões em que vira o Senhor assentado sobre um alto e sublime trono e por cima dele, havia serafins.

O cartaz mostra, em primeiro plano, uma moça de braços abertos com o olhar para cima, no mesmo local onde aparece os dizeres do lema como que representando a própria fala da garota. A frase, embora retirada do contexto original, expressa o discurso de recrutamento que a Igreja faz ao público jovem como forma de integração ao meio eclesial.

Figura 10 - cartaz da campanha da fraternidade 2013



<https://campanhas.cnbb.org.br/campanha/fraternidade1992>

Ainda sobre o cartaz, pode-se afirmar que a postura da garota de braços abertos forma um sincretismo semiótico com a linguagem, o discurso trazido no lema, significando uma atitude de prontidão para o serviço, alguém que está à disposição de/ para alguma missão. Além disso, o gesto evoca uma memória religiosa da imagem da cruz que, interpretativamente, pode assumir um símbolo paradoxal tanto de sofrimento como de redenção, mas também a remissão da figura do próprio Cristo. Com base neste último aspecto, a cruz “corporal” apresenta, portanto, aspecto eufórico, no instante em que o sujeito retoma o mesmo servilismo humanitário feito por Cristo na condição simbólica de cordeiro imolado para redimir os pecados da humanidade. Dessa forma, a juventude também incorpora a mesma intenção de Jesus, participando de forma ativa e comunitária na sociedade em que vive.

Pensando nos discursos em torno da figura dos jovens e o seu entorno cultural, percebe-se a ênfase para um grupo que, de certa forma, percorre fases transitórias muito rapidamente. Trata-se de um período de descobertas no plano da transformação corporal, de desafios na aceitação social e de reafirmação de valores familiares e a incorporação de novos na interação com outros jovens. Neste sentido, o convite para participar de uma instituição com uma mentalidade conservadora torna-se mais um desafio, haja vista a complexidade de informações, de inovações tecnológicas, às quais esse público está exposto diariamente e que apresentam a ele novas formas mais atrativas de interação social em relação a algumas décadas atrás.

O viés acima exposto é também abordado no texto-base da campanha de 2013. Este propõe ainda a enumeração de jovens no contexto bíblico e sua importância no projeto de perpetuação do povo judeu. Dessa forma, destaca-se a narrativa do *Livro do Gênesis* em que Isaac conhece Rebeca e leva-a para junto de si. Um momento significativo nesse encontro foi a atitude dos familiares da moça em escutá-la e não a obrigar a contrair o matrimônio, embora vivessem em uma sociedade patriarcal: “E chamaram a Rebeca, e disseram-lhe: – Irás tu com este homem? Ela respondeu: – Irei. Então despediram a Rebeca, sua irmã, e sua ama, e o servo de Abraão, e seus homens” (Gênesis 24, 58-59). Se houve réplicas durante o diálogo, é impossível saber. Contudo, o que se observa é a resposta curta e incisiva da moça, como se não houvesse qualquer dúvida sobre a escolha feita de lançar-se em terra estranhas às que estava habituada.

Da mesma árvore genealógica, filho de Jacó, o famoso José do Egito fora abandonado por seus irmãos e ainda bastante jovem habitou como escravo em terras egípcias, tornando-se um homem importante para o faraó. Excetuando outros aspectos da

vida desse personagem, é perceptível a experiência desgastante no seio familiar que se deu pela inveja dos demais irmãos e se concretizou na exclusão de um membro do grupo tendo a mentira como respaldo. O presente contexto não foge à realidade à qual se apresentam inúmeras famílias com mais de um filho, em que o primogênito detém menos atenção dos pais em relação ao mais novo. Nesse contexto, o jovem busca “completar-se” em outras conexões sociais (como, de certa forma, aconteceu na narrativa bíblica) e é neste terreno que a ação ideológica da igreja se apresenta para acolher novos membros, de modo que eles possam conhecer outros novos irmãos, para assim restabelecer o elo partido com a família de origem. Conforme aponta o texto-base: “José é exemplo do jovem capaz de promover a reconciliação com os irmãos, de assumir papel social em seu tempo e de superar dificuldades” (CNBB, 2013, p.48).

Ainda, em relação aos jovens que ganharam destaque no antigo testamento, Davi é reconhecido por sua coragem de lutar contra um guerreiro muito mais experiente em batalhas, porém, fora desacreditado por Saul. Assim, Davi dirige a palavra a Saul: “Não desfaleça o coração de ninguém por causa dele; teu servo irá, e pelejará contra este filisteu. Porém Saul disse a Davi: Contra este filisteu não poderás ir para pelejar com ele; pois tu ainda és moço, e ele homem de guerra desde a sua mocidade” (BÍBLIA SAGRADA, 1 Sam 17, 32-33).

Em verdade, Saul não tinha a intenção de rebaixar a figura de Davi, todavia, o que se estabelece neste diálogo é o uso da razão. Afinal, vivia-se um estado conflitante entre duas tribos distintas, sendo que o protagonista dos filisteus, Golias, desde jovem participava de guerras e, nesta lógica, Davi poderia acabar morrendo. Com base no exposto, há vinculações entre o passado bíblico e o presente de 2013, no instante em que se projeta a imagem “jovem sonhador”, destemido:

Seus sonhos e sofrimentos, manifestados de várias formas, precisam ser captados pela predisposição otimista do mundo adulto. Sua maneira de agir, de organizar e de coordenar favorece a aquisição de novos métodos, de linguagens e de instrumentais em vista da evangelização em ‘mudança de época’ (CNBB, 2013, p.86).

Parte do discurso do texto-base converge com o perfil apresentado por Davi em sua atitude otimista diante de um desafio maior que é sua capacidade física. Entretanto, é necessário ressaltar a dimensão cultural que envolve o guerreiro filisteu que inicia sua índole guerreira ainda na juventude. Tal costume é visível em diversas culturas, como a grega e os jovens espartanos, que desde criança já são lançados a provas;

indígena, inclusive, os jovens já participam de atividades e rituais para tornarem-se guerreiros. Na sociedade contemporânea, meninos são anualmente convocados para o serviço militar quando completam dezoito anos. Porém, enquanto naquelas sociedades tribais esse servilismo ocorre de forma natural, como parte intrínseca da educação do jovem, nesta, os jovens devem se apresentar à junta militar se quiser receber um documento que será preponderante na sua vida profissional no futuro.

O texto-base traz outras figuras do Antigo Testamento que, ainda muito jovens, se dedicaram a defender um projeto, como Salomão, Samuel, Ester, Ezequiel, Isaías. Dentre eles, o maior exemplo de união entre os membros de uma família se deu por meio da morte de uma mulher e seus sete filhos. Sem revelar os nomes dos personagens, o episódio fora narrado no segundo livro de Macabeus (7, 1-42) onde se presencia, com perplexidade, a morte de sete jovens torturados de forma brutal pelo rei da Síria Antíoco IV Epifânio, por se recusarem a comer carne de porco. O sacrifício da família por respeito e honra a uma causa foi reconhecido pela Igreja Católica e pela Igreja Ortodoxa, atribuindo-lhes o epíteto de “Santos Mártires Macabeus”. Dessa forma, o texto-base da campanha, que traduz toda a postura ideológica da Igreja, pretende exaltar o jovem enquanto ser idealista e corajoso, resiliente diante dos desafios.

No contexto do Novo Testamento, o texto-base evidencia a figura do jovem Jesus ainda aos doze anos que pregava junto aos doutores. A descrição de Lucas a respeito do menino é que ele crescia em sabedoria e estatura. Deste acontecimento ao que se segue, não se conhece o que aconteceu com Jesus até o momento do seu batismo, aos 30 anos. Assim, as escrituras bíblicas enfatizam apenas três fases do menino: quando recém-nascido, nesta fase descrita anteriormente e adulta. Conforme se observa do ponto de vista da juventude, o garoto humilde e pobre demonstrou sua sabedoria entre homens mais velhos que detinham o conhecimento das escrituras, demonstrando o que outros jovens do Antigo Testamento faziam, a ruptura com as convenções sociais da época em que viviam.

Além deste exemplo, é reconhecida a coragem da jovem Maria devido a uma gravidez sem contrair relações conjugais com o esposo. Afinal, uma virgem e grávida geraria motivos suficientes para desconfiar de adultério, o que levaria ao apedrejamento, conforme advertia a lei da época. Mais uma vez, o exemplo que se estabelece a partir da atitude de Maria de aceitar ser a mãe do Messias, em pleno estado de pureza, configura-se uma ruptura nos paradigmas da época. Assim, uma jovem nestas condições, inserida

em uma sociedade patriarcal altamente segregacionista, deveria ser psicologicamente estável para não sofrer injúrias morais e corporais.

Portanto, as poucas representações de jovens apresentadas estão em harmonia no sentido de que eles, em dado momento, fizeram escolhas audazes, romperam padrões e se colocaram diante de situações acima das convenções sociais da época. Atitudes que demonstram a formação de seres de uma consciência e determinações superiores à tenra idade que possuíam. Em consonância com esse pensamento, o hino oficial da campanha traz em seu refrão uma voz divina que dialoga com a juventude: “Eu fiz brotar em ti desde o materno seio / Essa vontade de mudar o mundo inteiro”. O verso demonstra que há uma propensão inata do ser para transformar a sua realidade e a que vive, iniciando já quando em criança, no instante em que tenta dar os primeiros passos para, assim, mudar sua posição em relação ao seu corpo e transitar de forma independente.

3.8. Campanha da Fraternidade 1993

Concretamente, o objetivo da Igreja ao promover a campanha de 1993 era despertar nos seus fiéis a consciência para exigir dos governantes a criação de leis que favorecessem projetos habitacionais, como *Fundo Nacional de Moradia Popular*. No entanto, este projeto foi aprovado doze anos depois, em 2004.

Outro ponto a se destacar, nos anseios da CNBB, é o discurso do cardeal-arcebispo Dom Paulo Evaristo Arns que defende a aquisição de moradias dignas com o propósito de reduzir a violência nos grandes centros urbanos. Como o envolvimento de líderes da Igreja Católica com as forças governamentais brasileiras é deveras conhecido, o religioso apoia-se no presidente da época, Itamar Franco, para defender e difundir a Campanha da Fraternidade (ESTADÃO, 25 fev. 1993).

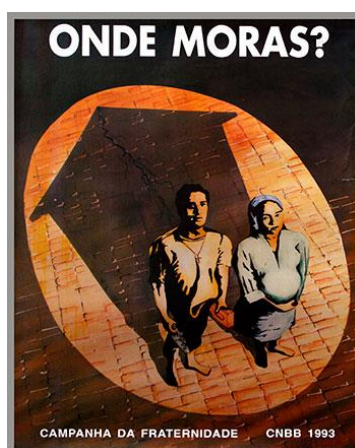
“Fraternidade e moradia” foi eleito o tema que a Igreja se propôs a discutir. O lema “Onde moras?” faz alusão direta ao livro de João 1, 35-42, em que dois discípulos começaram a seguir Jesus, após descobrirem, através de João Batista, que ele era o “Cordeiro de Deus”. Então, André e Simão Pedro foram os primeiros discípulos e este episódio inaugurou a jornada do Messias e a convocação de novos membros.

Contudo, a narrativa bíblica acima não está conectada com a imagem do cartaz da campanha, cujos signos não verbais são de um homem e uma mulher descalços e com o olhar para cima. Ele segura ferramentas que remetem ao ofício da carpintaria, e ela,

vestida de branco, com um pano na cabeça e grávida. Ao redor deles, há um reflexo luminoso arredondado que projeta uma sombra de uma casa a partir dos corpos do casal.

Simbolicamente, o cartaz promove a memória bíblica da figura dos personagens José e Maria. De acordo com as escrituras, involuntariamente, eles se colocaram na condição de refugiados devido à carnificina provocada pelo rei Herodes que ordenou o assassinato de todos os meninos recém-nascidos até dois anos de idade. Então, conforme relatos do livro de Lucas, o casal sai pelo deserto e se aloja em um estábulo, única alternativa para que Maria pudesse conceber seu filho.

Figura 11 - cartaz da campanha da fraternidade 1993



<https://campanhas.cnbb.org.br/campanha/fraternidade1993>

No cartaz, o estar descalço evoca o tema da pobreza ou da desapropriação material ao evidenciar cidadãos com poucos recursos financeiros para obter uma moradia. A luz que reflete sobre eles figurativiza um “olhar” em pelo menos duas abordagens: a social, como uma tentativa de convocar o governo a “olhar” para esses indivíduos; e a religiosa, na intercessão do divino sobre os fiéis.

O ambiente caracterizado acima recebe um investimento semântico, por meio do sema /privação/. Este é também retratado no hino da campanha, por meio de figuras como “crianças pela rua”, “famílias pelo chão”, “pouco teto”, “pouco chão”:

Há crianças pela rua,
Há famílias pelo chão,
Nas calçadas, gente nua...
Onde moras, meu irmão?

Há favelas na cidade,
Pouco teto, pouco chão,
Quem pergunta, com bondade:
Onde moras, meu irmão?

Embora seja assunto próprio da teoria literária, é preciso ressaltar que as quadras acima são heptassílabos (redondilha maior), com estrutura ABAB, com um detalhe: ambas terminam com a mesma frase interrogativa encerrando uma rima. A respeito disso, “Onde moras, meu irmão?” funciona como o mote, verso que se repete sempre no fim do poema, bastante cunhado na literatura oral e escrita nordestina conhecida como cantoria de viola ou de repente e também na literatura de cordel.

Trata-se de uma canção que, de certa forma, reivindica o direito do outro de não apenas ter uma moradia, mas o anseio por uma vida digna. A brevidade dos versos reproduz recortes da realidade e o cenário apresentado deixa implícito o apelo aos governantes pela assistência aos empobrecidos economicamente e com precários recursos para obter um lar mais estruturado. Disso, resulta a imagem da “favela” como espaço onde a população habita em moradias de apenas um cômodo e, na maioria das vezes, superlotadas.

Nessa mesma consonância, o cântico de Entrada da celebração da campanha conecta-se, semanticamente, ao cartaz e, por conseguinte, ao episódio bíblico do nascimento de Jesus:

Deus amigo, bem conheces a dureza do penar
De quem vive procurando uma casa pra morar
Sorte igual teve o teu filho sem poder nascer num lar,
Só a gruta, escura e fria, encontrou, enfim, lugar.

Observa-se, então, que até mesmo o filho de Deus, reconhecido como uma divindade, não foi poupado de uma interferência antagônica do poder, já que estava sob ameaça do imperador. De maneira análoga, os indivíduos desprovidos de moradia digna são vítimas de um sistema corrupto que acaba rebaixando esse público a um *status* de “não-cidadão”.

Diante de tal contexto, é comum o discurso religioso tender para uma visão cosmopolita, como versos que demonstram a integração entre as pessoas:

Deus vivente, nosso abrigo, nós queremos partilhar
Com irmão empobrecido, que não tem ainda um lar.
Celebrando tua páscoa, vamos dar-nos sempre as mãos
Pra teu reino de justiça, construir em mutirão.

Nesta estrofe, percebe-se a carga semântica trazida pelo vocábulo “empobrecido”. Nesse sentido, questiona-se: quem tornou esse grupo empobrecido? ou será que já nasceram nessa condição? Dessa maneira, a desigualdade econômica constitui uma primeira resposta para a existência de pessoas que dispõem de pouquíssimos recursos para sobreviver ou quase nada (Mas irmãos estão ausentes / A sofrer sem lar, nem pão) e outros que abundam em bens materiais muitas vezes supérfluos.

A interpretação acima enfatiza as condições sociais dos cidadãos, porém o refrão do Salmo escolhido da campanha faz uma comparação entre elementos da natureza e o ser humano: “As aves têm ninhos e habitam os céus, mas vejam onde moram os filhos de Deus”. O enunciador expõe, essencialmente, a condição humana por meio de um discurso de que todo ser vivo tem o seu espaço próprio, mas um espaço que proporcione a ele um bem-estar.

Ainda sobre o refrão acima, trata-se de uma ressignificação do discurso contido no livro de Salmos: “Junto delas [as fontes] as aves do céu terão a sua habitação, cantando entre os ramos” (BÍBLIA SAGRADA Sl 104, 12). Este, por sua vez, tem referência nos escritos de Mateus: “As raposas têm covis, e as aves do céu têm ninhos, mas o Filho do homem não tem onde reclinar a cabeça” (BÍBLIA SAGRADA, Mt 8, 20). Nesse caso, articulam-se as oposições semânticas /suficiência/ x /carência/, concluindo que até mesmo os animais possuem suas próprias habitações, mas ao ser humano é negado este direito em comunidades empobrecidas.

3.9.Campanha da Fraternidade 1994

1994 foi um ano bastante conturbado no Brasil na esfera política, pelo embate entre os candidatos Fernando Henrique Cardoso, representante dos partidos de direita, e Luís Inácio Lula da Silva, na ala da esquerda. Dessa forma, a Igreja, mesmo se aliando a forças políticas há décadas, não se posiciona explicitamente em apoio a algum candidato, pois seria desrespeito às normas internas da instituição católica. No entanto, em entrevista ao jornal Folha de São Paulo, o cardeal-arcebispo D. Paulo Evaristo Arns deixa implícito o seu apoio ao elogiar Fernando Henrique, considerando-o “um homem muito capaz, que trabalhou comigo durante um longo tempo. Fizemos parte de um grupo (equipe de Arquidiocese de São Paulo que discutia problemas brasileiros) que imaginou como seria o Brasil” (ALENCAR, 1994, p. 12).

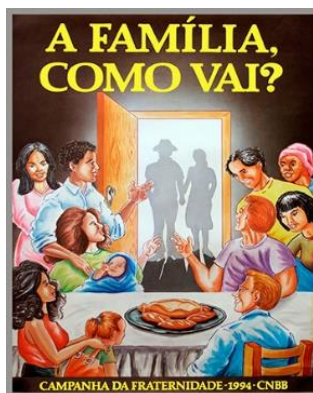
Como se observa, a exposição do fato é imprescindível para que não haja preferências ou favorecimentos em relação à postura da Igreja na análise dos materiais e nem referente ao contexto social da época. Sendo assim, é de domínio público que a relação entre Igreja e as

estruturas de poder, na figura do Estado, provém de longa data, uma relação que possui raízes históricas.

Com o lema *A família, como vai?* a campanha da fraternidade traz algumas memórias culturais, a começar com o cartaz oficial que retoma o universo de significação da arte desenvolvida na campanha de 1991. Trata-se da reunião de pessoas que se colocam ao redor de uma mesa com uma toalha branca para a partilha do alimento, que se materializa na forma de pães sobre uma bandeja.

Dessa maneira, a disposição dos atores e o pão sobre a mesa relembram o evento da ceia ministrada por Jesus, narrada nos quatro evangelhos do Novo Testamento. Como mencionado anteriormente a respeito do cartaz de 1991, a imagem vincula-se à produção artística renascentista de Leonardo da Vinci e sua obra *L'Ultima Cena* (1498).

Figura 12 - cartaz da campanha da fraternidade 1994



<https://campanhas.cnbb.org.br/campanha/fraternidade1994>

No plano de fundo do cartaz, observa-se uma porta aberta e a sombra de um casal que, certamente, entrará no ambiente. O casal vem em busca do lar (ou a ele retorna) representado pela porta aberta, sinal de acolhida. A porta aberta articula o sema /hospitalidade/ e os atores em primeiro plano articulam o sema /diversidade/, pois, como se percebe, são pessoas representando diferentes características: oriental, negro, branco, ruivo. Há, ainda, a presença de um recém-nascido e uma criança adolescente. Com base nesse cenário que tende à promoção do multiculturalismo, o texto base informa que:

A família brasileira atual tem suas origens na concepção dos colonizadores portugueses, no estilo familiar dos indígenas e nas estruturas familiares dos escravos africanos. Acrescente-se a isso a contribuição dos colonizadores europeus (italianos, alemães e outros) e mais recentemente a influência dos imigrantes japoneses (CNBB, 1994, p.11).

O estado em que se encontra os atores no cartaz demonstra a união entre eles e o estado de alegria que emana de suas faces que contribuem também para a constituição espacial, caracterizado como ambiente pacífico, harmônico e de respeito às diferenças.

O cenário acima destoa do discurso proferido em uma das canções da campanha, a qual expõe a dificuldade sofrida por famílias. Trata-se do cântico de comunhão inteiramente construído com base na memória bíblica do episódio da saída dos israelitas por intermédio de Moisés. Ele faz um paralelo entre a condição desse povo e as famílias em situação exploração.

No deserto saciaste, ó Senhor,
o teu povo com maná.
Também, hoje, o teu povo passa fome
e procura o teu altar:
são famílias exploradas por um mundo
que não sabe partilhar.

Os versos trazem o alimento como valor principal. Nesse caso, o maná, conforme relata o livro do Êxodo, constituiu um alimento vindo dos céus, logo, de Deus para saciar a fome do povo. Estava disponível durante seis dias e não podia ser estocado para o dia seguinte, apenas em dia de sexta-feira, já que no sábado não era enviado, pois era o sétimo dia.

Como se sabe, este povo estava à procura da chamada “Terra Prometida” e, enquanto esta promessa não se concretizava, vivia no deserto. Este cenário é apresentado em outra estrofe do mesmo hino:

E na terra prometida, ó Senhor,
o teu povo teve um lar.
Novamente, este povo peregrino
tua casa vem buscar:
são famílias ao relento, sem ter teto
e nem chão onde plantar.

Com esse discurso, o enunciador reitera outro tema com a expressão “nem chão onde plantar”: o tema da reforma agrária. Semelhante à estrofe anterior, há sempre o retorno da

comunidade à Igreja a suplicar pela ação divina para conseguir bens essenciais, os quais os governos deveriam oferecer

Com base no exposto, é possível estabelecer as oposições em torno do hino analisado. Trata-se de dois povos, de tempos completamente distintos, que articulam relação de estados: /alienação/ – no sentido cunhado das ciências sociais que abordam indivíduos alheios a si, devido à interferência de fatores econômicos, sociais e ideológicos – atributo semântico das famílias da época atual abordados na canção; e /dádiva/ como sema característico do povo no deserto, uma vez que tudo o que os hebreus conquistaram veio das ações divinas.

Assim, é preciso frisar que o tema dessa campanha não foi escolhido aleatoriamente. As Nações Unidas proclamaram 1994 como o Ano Internacional da Família. No entanto, sabe-se que a Igreja Católica se intitula como uma instituição conservadora e com suas normas internas. Portanto, a estrutura familiar era baseada no modelo das sagradas escrituras, composto de pai, mãe e filhos. Deste contexto, resulta que:

O pensamento social erigiu a família patriarcal como o modelo da organização brasileira. Essa família era limitada à elite tradicional de algumas áreas do Brasil, notadamente o Nordeste açucareiro. A expressão patriarcal não denotava apenas a autoridade do pai no grupo doméstico, comum a outros tipos de famílias, mas, sobretudo, uma estrutura de dominação política, fortemente fundada nos vínculos de parentesco, onde o público e o privado tendiam a se confundir (CNBB, 1994, p.11)

Essas relações se perpetuam até os dias atuais. Todavia, embora não esteja em consonância com a ideologia católica, essa estrutura familiar vem sendo ampliada com a inserção de grupos homossexuais. Em vários países, a união civil já é garantida entre pessoas de mesmo sexo e também o direito à adoção. Apesar disso, há ainda bastante preconceito devido ao pensamento patriarcal enraizado.

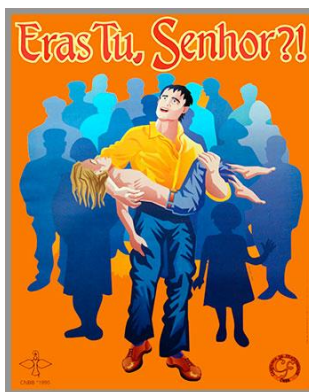
3.10. Campanha da Fraternidade 1995

“Fraternidade e os excluídos” foi o tema da campanha de 1995. De acordo com Luciano Mendes, em coluna escrita para a Folha de São Paulo, são vários os grupos sociais a que se refere o tema: “moradores de rua, crianças abandonadas, idosos e esquecidos, enfermos, portadores do vírus HIV, deficientes, alcoolizados, drogados, prostituídos, encarcerados. Há, ainda, os sem-terra, sem-teto e sem-trabalho” (ALMEIDA, 25 fev.1995, p.2).

Alguns destes grupos têm sua condição decorrente de fatores como a desigual distribuição de renda, da corrupção, falha nos sistemas de amparo social; outros acometidos pela violência, pelo preconceito e ainda pelo abandono familiar. Assim, no contexto marcado pelo elitismo, o indivíduo em situação de exclusão encontra-se em estado de um “não-cidadão”, afastado dos direitos básicos de qualquer sujeito presente no mundo.

Com base no exposto, o cartaz da campanha representa o público excluído, mediante a imagem em primeiro plano de um homem com olhar para cima e segurando um jovem nos braços aparentemente sem vida. Na contracapa do texto-base elaborado para essa campanha, a imagem foi inspirada na escultura Pietà, do artista plástico Michelangelo, na qual Maria sustenta em suas pernas o corpo do seu filho Jesus, após a crucificação. Portanto, depreende-se a aproximação de dois objetos culturais que se interconectam semioticamente pelo caráter representativo: o Jesus esculpido pelo artista renascentista, assume uma relação metonímica com a pessoa do cartaz em estado de falecimento.

Figura 13 - cartaz da campanha da fraternidade 1995



<https://campanhas.cnbb.org.br/campanha/fraternidade1995>

Desse contexto, decorre que a escolha do lema “Eras Tu, Senhor?” remete à reflexão do capítulo vinte e cinco do livro de Mateus, em que se presencia a revelação de como será o retorno de Cristo a todas as nações. Foram utilizados os vocábulos “ovelhas” e “bodes” como metáfora para representar, respectivamente, todos os seres humanos que acolheram os mais carentes na pessoa de Jesus e aqueles que os desprezaram. Para estes últimos, o discurso se constrói com base na negação da alteridade: “Porque tive fome, e não me destes de comer; tive sede, e não me destes de beber; Sendo estrangeiro, não me recolhestes; estando nu, não me vestistes; e enfermo, e na prisão, não me visitastes” (BÍBLIA SAGRADA, Mateus 25, 42-43)

A partir disso, o refrão do hino da campanha, que possui como título os mesmos dizeres do lema da campanha, se constrói sob os valores da conversão e da representação

Eras tu, senhor Jesus,
Escondido no irmão
E agora nos convidas
Ao louvor e a conversão?

Logo, atribui-se a esse refrão o investimento semântico de /representatividade/, pois a pessoa de Jesus é contemplada na figura do irmão abandonado. Disto, resulta que o olhar é direcionado não apenas visando à fé, mas também ao aspecto social. Embora, os cristãos considerem a pessoa de Jesus como ser divino, portanto perfeito, ele se apresentava aos cidadãos da época como homem do povo, componente das classes mais humildes. Muitas vezes, colocava-se em condição de migrante, de servo, de estrangeiro e, ainda, foi taxado como louco por algumas autoridades romanas.

Groupes humains appartenant a des cultures différentes sont obligés de coexister dans le même espace. Comme il est évident, les groupes concernés soutiennent de systèmes de valeurs et de visions de monde distinctes, conflictantes sous bien d'aspects: l'éthique, les habitudes, la volonté politique, les aspirations. La confrontation devient inévitable. Le migrant, national ou étranger est rejeté, dans la mesure où il semble constituer une menace à la sécurité, à l'emploi ou au bien-être des habitants locaux. Les préjugés règnent et déclenchent, en même temps, de mécanismes de «protection¹⁴» (PAIS, 1998, p. 178).

O refrão citado na página anterior dissemina um valor bastante forte em âmbito religioso: a conversão. Esta, por sua vez, pode ser compreendida basicamente como a passagem de um estado a outro. Envolve a reaproximação com o divino e isto vem representado na primeira estrofe dessa canção, que diz:

O Senhor já pôs a mesa
para a grande refeição.

¹⁴ Grupos humanos pertencentes a diferentes culturas são obrigados a coexistir no mesmo espaço. Como é evidente, os grupos envolvidos sustentam sistemas de valores e visões de mundo distintos, conflitantes sob vários aspectos: ética, hábitos, vontade política, aspirações. O confronto se torna inevitável. O migrante, nacional ou estrangeiro é rejeitado na medida em que parece constituir uma ameaça à segurança, ao emprego ou ao bem-estar dos habitantes locais. Os preconceitos reinam e desencadeiam, ao mesmo tempo, mecanismos de “proteção”

Todos somos convidados
a comer do mesmo pão.

Esta refeição, associada ao dito no refrão, não é um convite apenas para saciar a fome, mas tem como finalidade maior a conversão do indivíduo que, por sua vez, resultará em uma aproximação com o divino e com a própria Igreja. Além disso, atribui-se a todos os participantes o sema /igualdade/ como principal valor, o que é deduzido da afirmação do enunciador: “Todos somos convidados a comer do mesmo pão”.

O discurso é organizado de forma coerente e a estrofe inicial apresenta a mesma intenção de recepção, desta vez feita por alguém superior que é o próprio Jesus (o Senhor). Assemelha-se ao começo de um percurso festivo que se inicia com a preparação do ambiente para, logo em seguida, mostrar a chegada dos indivíduos, como se observa na segunda estrofe:

Ele chama os excluídos
Do convívio social
Quem tem AIDS e o migrante
O drogado e o marginal

Esse momento funciona como parte central do percurso: é o momento de confraternização entre os participantes que vai culminar na conversão, na última estrofe. A menção a pessoas marginalizadas socialmente não se estabelece por mera citação. Emana disto um apelo ético e solidário para que os cidadãos, em geral, compreendam e sejam fraternos com os excluídos. Em consonância com a estrofe referida, estão as palavras do Papa João Paulo II na mensagem para a campanha da fraternidade enviada ao povo brasileiro: “há um dever de acolher a todos que deve manifestar-se para com os mais infelizes da sociedade” (IOANNES PAULUS PP. II, 1995). O texto deixa claro a aceitação da diferença: Jesus, o Deus perfeito e santo, acolhe, para uma refeição, o diferente de si, figurativizado pelos *excluídos*, *o portador de AIDS*, *o migrante*, *o drogado e o marginal*.

A sigla “AIDS” destaca inclusive um grupo de excluídos que sofrem por doença sexualmente transmissível, entre eles os homossexuais. A Igreja, em mudança, já mencionava a necessidade de acolher também esse tipo de excluído, muito perseguido na atualidade, como o fez com a prostituta na Antiguidade, com o índio na descoberta da América, escravizado e deportado de suas terras, com o negro na época da escravidão etc. Portanto, as palavras que o

Papa João Paulo II pronunciou sobre esse tipo de excluído não é um discurso recente: “há um dever de acolher a todos que deve manifestar-se para com os mais infelizes da sociedade”.

Retomando o discurso do Papa João Paulo II, ao mencionar o “dever de acolher”, observa-se que está em consonância com a terceira estrofe. Dessa maneira, antes da conclusão do percurso, o enunciador da canção faz um momento de autocrítica em relação ao papel da sociedade para com os cidadãos excluídos:

Todos somos responsáveis
Pelas causas da exclusão
Da criança abandonada
Do mendigo e do ancião

Embora já se tenha observado, este discurso crítico deveria prevalecer em todos os hinos da campanha, afinal são temas voltados para os reais problemas do país e, de certa forma, a sociedade civil e a classe política, principalmente o poder executivo, são responsáveis pela manutenção e transformação do bem-estar social. Contudo, o discurso religioso tende a buscar a mudança por meio da aproximação com o divino.

Escutai o vosso povo,
Reunido em oração:
Transformai as nossas mentes
E o nosso Coração!

Portanto, esta última estrofe funciona como a conclusão ou o fim de um percurso, o qual se propôs abordar desde o princípio. Atribui-se o sema /renovação/, o que mais uma vez estabelece coerência com o discurso do Papa ao dizer que “será necessária a renovação da mentalidade e a introdução de amplas reformas sociais” para alcançar uma ordem social edificada no respeito pela dignidade humana (IOANNES PAULUS PP. II, 1995).

3.11. Campanha da Fraternidade 1996

Neste ano, a Igreja propõe uma campanha que tem como alvo despertar o espírito político entre os fiéis. É notório compreender que a igreja, normalmente, aborda as questões

sociais, pautando-as à luz da perspectiva bíblica. Assim, o presente assunto não foge à regra a partir da perspectiva de D. Luciano Mendes, o qual entende que, para “o cristão, a política deve se exercer conforme os princípios evangélicos” (FOLHA, 24 fev. de 1996)

Somado ao contexto social da época com a expectativa das eleições municipais, o texto-base da campanha informa que a liturgia do ano enfoca os escritos evangélicos de Mateus, “que tem como centro a justiça que vem de Deus. Esta justiça se realiza no Plano da Salvação e na atuação ética da pessoa humana segundo o Projeto de Jesus nas Bem-aventuranças”. (CNBB, 1996, p.10).

Nesse contexto, a instituição cristã elegeu “Justiça e paz se abraçarão” como lema da campanha da fraternidade de 1996. A respeito disso, percebe-se a “personificação” como uma das características do discurso religioso: “justiça” e “paz” são valores investidos no ideal do evento, como se ambos constituíssem entidades.

A proposição está em tempo futuro porque expressa uma paráfrase bíblica, retirada originalmente do livro de Salmos, o qual mostra como palavras abstratas são personificadas: “A misericórdia e a verdade se encontraram; a justiça e a paz se beijaram. A verdade brotará da terra, e a justiça olhará desde os céus”. Depreende-se, portanto, a relação isotópica entre os termos “paz” e “justiça” respectivas a “misericórdia” e “verdade” (BÍBLIA SAGRADA, Sl 85, 10-11).

Em seus escritos, o filósofo Mario Sergio Cortella, na obra “Educação, convivência e ética: audácia e esperança”, cita a referida campanha e o lema extraído de Salmos para abordar o tema educação. Ele explica que:

Há um salmo dos cristãos e dos islâmicos, que está no Antigo Testamento judaico, que foi usado pela Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) como lema da Campanha da Fraternidade de 1996, que é “Justiça e paz se abraçarão”. O que é justiça? É quando cada pessoa tem a partilha da produção coletiva da vida, de modo que ninguém tenha carência sem alternativa de solução. O que é paz? É a presença da justiça. Se a justiça estiver presente, a paz virá à tona. É a ideia da ética tendo a paz como horizonte. Não é a paz apenas como ausência de conflito. É a paz do espírito, a paz do dever cumprido, a paz advinda da satisfação de ter feito o bem (CORTELLA, 2015, p.31).

Então, para o filósofo, a justiça é o caminho para se chegar à paz. Ambos são elementos que representam uma dualidade não em estado de oposição, mas sim de complementaridade. Além disso, o discurso de Cortella expressa ainda um viés político, colocando as ações humanas como via para alcançar o coletivo.

Dessa maneira, o cartaz da campanha transforma a materialidade verbal do lema em não verbal por meio da imagem de abraços de pessoas diferentes. A mão direita de um segura o antebraço do outro, que tem a mão estendida, como um gesto de pedido de socorro.

Figura 14 - cartaz da campanha da fraternidade 1996



<https://campanhas.cnbb.org.br/campanha/fraternidade1996>

Este cenário vem expresso no discurso fraternal do hino oficial do evento, cujo título é a mesma inscrição do lema “Justiça e paz se abraçarão”:

Bem atentos à sociedade,
Bem comum, todos dando as mãos
Os direitos e também os deveres,
Respeitados por todos serão!

Nesta perspectiva adotada a respeito de termos complementares, os versos acima trazem a base da cidadania pautada em direitos e deveres. O cidadão, uma vez inserido no mundo, está sujeito a uma responsabilidade, na medida em que conquista seus direitos, usufrui deles e, ao mesmo tempo, possui deveres perante à sociedade. No entanto, o que se observa é que das camadas mais pobres são subtraídos certos direitos essenciais, como moradia, alimentação, trabalho digno. Isto se manifesta em outro hino litúrgico da campanha:

Ofertamos a luta do pobre
Que espera seu pão conseguir
No suor do seu rosto sofrido
Para um mundo mais justo surgir.

Nesse contexto, é preciso destacar que o tema “trabalho” é um investimento semântico a partir da figura “suor do seu rosto sofrido” como atividade para se obter o “pão”. Além disso, evoca a memória bíblica do Gênesis em que o homem, após desobedecer à ordem divina, iria trabalhar para se sustentar: “No suor do teu rosto comerás o teu pão” (BÍBLIA SAGRADA, Gên 3,19). A respeito disso, o texto-base da campanha concebe o trabalho como princípio ético. Nesse âmbito, compreende que a democracia, a liberdade e a justiça dependem da organização justa do trabalho. Esse aspecto vem expresso em outra estrofe da canção mencionada:

Teus caminhos Senhor são justiça
É de paz que tu queres falar!
partilhar nossos bens sem cobiça
É serviço, e é forma de amar!

Nos versos, percebe-se a inclinação de um enunciador em direção ao altruísmo e como a assume o “dever” (É serviço) de difundir a solidariedade. Este valor é concebido como dimensão importante da ação ética e distingue-se em dois tipos, segundo o texto-base: a solidariedade cívica, fundada na razão, e a solidariedade cristã que, embora não negue o racionalismo, é fundada na fé. Segundo esta perspectiva, forma-se uma grande família constituída de outras famílias menores como, por exemplo, nações, comunidades regionais, corporações profissionais, unidades familiares (CNBB, 1996, p.58). Esta ideologia vem expressa quando o enunciador da canção menciona “a voz do teu povo”:

Ofertamos a voz do teu povo
Que defende a vida e diz não
Ao sistema injusto que nega
Liberdade e vida ao irmão!

Os versos acima trazem a imagem de comunidades participativas na sociedade. Constrói-se a figura de um povo que se posiciona diante das adversidades provocadas pelo sistema. Este, na perspectiva da canção, atinge as dimensões humanas ao negar valores da liberdade e da vida. Em consonância com esse pensamento, há a reflexão de Chiara Lubich, segundo a qual “o político é aquele que abraça as divisões, as rupturas, as feridas da sua gente.

É este o preço da fraternidade que é pedido ao político: preço altíssimo, mas altíssimo é também o prêmio” (LUBICH, 2020, p. 168)

Sendo parte constitutiva dos princípios éticos, “a vida se expressa, primeiramente, na satisfação das necessidades básicas, como alimentação, saúde, educação, moradia, transporte. Também se expressa na capacidade de participar ativamente na construção da vida social, política e econômica da sociedade” (CNBB, 1996, p.88). Portanto, um sistema que suprime a “vida”, subtrai do ser humano os serviços mais básicos à subsistência, resultando em indivíduos empobrecidos, escravizados e com pouca força de expressão para lutar por seus direitos.

Dessa forma, o tema política no discurso da campanha articula diversos valores que compõem o entorno humano. Conforme aponta o texto-base, “‘Justiça e Paz se abraçarão’ aponta para o grande ideal. Justiça para possibilitar e garantir a paz. Justiça e paz se abraçarão indica processo dinâmico, um sonho” (CNBB, 1996, p.9). Nesse sentido, em uma sociedade ainda injusta e não pacífica, os elementos “Justiça” e “paz”, outrora mencionados como entidades, compõem objetos culturais a serem alcançados e, por isso, situados na fronteira transcendental. Logo, assumem o status de ídolos.

3.12. Campanha da Fraternidade 1997

Esta campanha, que focou a situação de pessoas encarceradas no Brasil, possui como lema “Cristo liberta de todas as prisões”. Nesse âmbito, destaca-se o valor polissêmico da frase como não se restringindo a apenas ao enclausuramento de pessoas encarceradas, mas de toda a forma de opressão que aprisiona o ser humano, como se observa em estrofes do cântico litúrgico do ofertório

Das prisões da luxúria, vaidade,
Das prisões do egoísmo e avareza,
Das prisões da mentira e maldade,
Das prisões da miséria e pobreza.

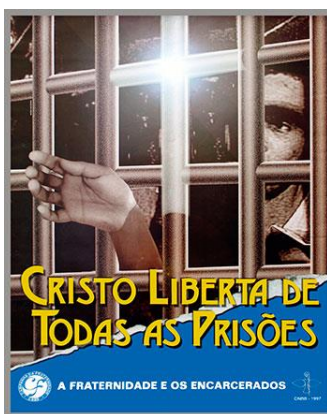
Das prisões onde jaz esquecido
O que é pobre e não tem benefício,
Das prisões do faminto sofrido,
Das prisões do pecado e do vício.

Nesta mesma compreensão, a unidade discursiva da igreja está representada no discurso do Papa João Paulo II, em mensagem para o evento: “Todos os nossos irmãos submetidos às mais diversas formas de prisão, especialmente pelo jugo do pecado, aguardam um gesto de paz e solidariedade” (JOÃO PAULO II, 1997). Portanto, as formas de encarceramento ultrapassam

as fronteiras de um espaço determinado para conter indivíduos. Em outros dizeres, são meios que aprisionam o interior do sujeito, afetam a psique humana e que, muitas vezes, levam-no a afetar outros sujeitos.

Compreende-se, assim, o apelo da Igreja para a conversão das pessoas a partir dos valores já estabelecidos da campanha, como a solidariedade e a fraternidade. Neste contexto, verifica-se que o cartaz do evento mostra um homem atrás das grades de uma cadeia, estendendo sua mão para fora, como que pedindo ajuda. Entre as barras da prisão, forma-se uma cruz luminosa, marcando a ideologia católica e simbolizando os valores da conversão, salvação, esperança.

Figura 15 - cartaz da campanha da fraternidade 1997



<http://campanhas.cnbb.org.br/campanha/fraternidade1997>

Convém analisar que, em um sistema ideal, os presos deveriam ser retirados, temporariamente, da sociedade a fim de serem reabilitados. Logo em seguida, reconduzidos ao convívio comunitário e, algum dia, serem novamente empregados. No entanto, o que se constata é o tratamento aviltante sofrido por esse público, fazendo com que o emocional não seja recuperado e ao, sair daquele convívio, ele retorne a fazer os mesmos delitos. Outro fator a se destacar é o preconceito sofrido pelo ex-detento ao tentar se incluir, ao tentar obter uma nova oportunidade no mercado de trabalho, pois, para a sociedade, aquele indivíduo representa um “perigo” em potencial aos funcionários e aos negócios de uma empresa. Em outros casos, a pessoa comete delitos propositalmente e retorna à prisão como refúgio de proteção da vida, para se livrar de outros meliantes rivais motivados por vingança. Por fim, há vários ex-detentos que, em meio às adversidades, foram resilientes e conseguiram superar os problemas sociais e se tornaram úteis e confiáveis à sociedade, o que para ele não deixa de ser uma espécie de salvação. Sobre este valor, o hino litúrgico desta campanha, traz a angústia de um sujeito arrependido:

Pela fome, muito cedo,
Fui violento, fui violado
Feito Dimas, estou preso
Sem espaço feito gado.
Conto os dias, todo dia
Na agonia me lamento.
Sopra um vento que me arrasta
Me devasta em meu tormento.

A figura de Dimas como elemento comparativo possui raízes em um dos evangelhos apócrifos, especificamente os escritos de Nicodemos onde o autor revela o nome dos dois ladrões que foram crucificados ao lado de Jesus, Gestas e Dimas, sendo este o malfeitor que se arrependeu, ficando conhecido como o “bom ladrão”.

Embora não pertença aos limites do *corpus* estudado, cabe verificar como esta figura se manifestou em outra expressão cultural. No rap, por exemplo, o grupo Racionais MC's, que é um grupo que retrata, constantemente, a situação dos presos, considera a figura de Dimas como “primeiro vida loka da história”. Além disso, os versos retomam o episódio da crucificação:

Enquanto zé povinho apedrejava a cruz
Um canalha fardado cuspiu em Jesus
Aos 45 do segundo arrependido
Salvo e perdoado é Dimas, o bandido.

Dimas, então, é a figura que bem representa a conversão, o arrependimento e a prova da salvação das almas. Numa canção litúrgica da campanha, o enunciador que se posiciona como um encarcerado narra, com um tom de dramaticidade, seu estado emocional. Além disso, conta que tal condição tem raízes profundas, iniciadas na infância:

Pela droga, ainda criança
Caminhei caminhos tortos
Torturei minha esperança
Estou preso e os sonhos, mortos.

E do fundo deste abismo
Cismo, penso que sou feito
De uma dor e que um deserto
Foi aberto no meu peito.

Além disso, percebe-se a construção de um indivíduo já vencido. Um fator singular nessa canção é o acesso ao estado psicológico do sujeito. Estados mentais de incertezas (cismo, penso que sou feito) e desolação (um deserto foi aberto no meu peito) e autopunição (torturei minha esperança). Portanto, há de fato a prisão física e a psicológica do sujeito que não consegue encontrar um paliativo para o seu sofrimento.

3.13. Campanha da Fraternidade 1998

Em 20 de dezembro de 1996, a educação brasileira conheceu novos rumos, com a sanção pelo presidente da república da nova LDBEN (Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional). Ainda, a alta taxa de analfabetismo é pauta das preocupações da CNBB que cobrava do governo mais qualidade no ensino (ESTADÃO, 1998). Com base nesse contexto, a instituição católica propõe para a campanha de 1998 o tema “Fraternidade e educação e o lema “A serviço da vida e da esperança”.

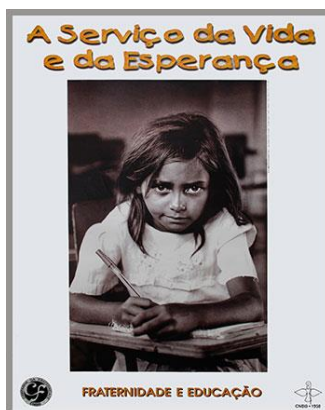
Nesse sentido, a esperança evoca um mundo ideal onde todos poderão superar os problemas sociais, mas também pode ser representada a partir do cartaz da campanha, o qual mostra uma jovem estudante sentada na cadeira em uma sala de aula, segurando o lápis e olhando para frente. No mundo físico/objetivo, livre de investimentos semânticos, o que ela enxerga é a lente de uma máquina fotográfica e a pessoa que a manuseia. Porém, no universo das significações, ela é o enunciador que encara o espectador, um destinatário de uma mensagem que não precisa de signos verbais ou de qualquer canal físico para interpretá-la.

O que está em evidência, nessa garota, é o seu olhar, que pede, constantemente, para ser decifrado e, ao mesmo tempo, lança um desafio para o outro. Nas palavras de D. Erwin Kräutler, toda sua fisionomia traz o apelo “Olhe, estou aqui! Quero aprender! Quero ver! Quero ter vida digna! É por isso que me esforço! Faço até sacrifícios! Mas eu preciso de vocês! Quero que me ajudem!” (CNBB, 1998, contracapa).

A escolha de uma menina como representante dos estudantes pode não ser aleatória, já que a história demonstra que, por séculos, o direito de estudar foi negado às mulheres, por

interferência de uma ideologia patriarcal e machista, que não aceitava as condições igualitárias entre homens e mulheres, sendo estas últimas destinadas a viver no alfabetismo.

Figura 16 - cartaz da campanha da fraternidade 1998



<http://campanhas.cnbb.org.br/campanha/fraternidade1998>

A estudante assume um papel significativo: o de representar os milhares de crianças do país que necessitam de subsídios para obter um melhor desenvolvimento cognitivo, social, profissional e também financeiro, uma vez que a educação é, por vezes, atrelada a uma ideologia capitalista ou, em outros contextos, à difusão de discurso como “estudar para ser alguém na vida”. Discurso contrário a este é fundado na ideia de que a educação deve ser ensinada para a vida. Nesse sentido, a campanha da fraternidade trouxe em seu hino valores do universo do discurso religioso associados ao discurso pedagógico:

Educar para a vida a pessoa
Deve ser compromisso cristão.
Ó Senhor, que a justiça e o amor
Sejam metas da educação

Embora o enunciador também dialogue com outra esfera discursiva, como é o caso das metas da educação propostas pelo Plano Nacional de Educação para as diferentes modalidades de ensino, prevalece que a construção do discurso tende a preservar a ideologia cristã (Ó Senhor), inserindo valores humanos da justiça e do amor.

Em um patamar mais abstrato, a justiça articula o traço semântico da /racionalidade/ que é imprescindível em meio educacional no tocante a tomadas de decisões mais democráticas, à escolha de representantes por competência (embora, na prática, tais escolhas são diversas vezes

políticas) e ao gerenciamento responsável dos recursos financeiros. Por outro lado, o amor, entre tantos atributos semânticos, articula o traço /fraternidade/. Chama atenção para práticas cotidianas que levem à união, ao respeito, ao espírito de empatia entre a juventude, por ser um grupo composto por personalidades bastante heterogêneas.

Ademais, como a inserção da perspectiva de “educar para a vida”, desenvolve-se a perspectiva de que a educação deve abranger a dimensão social, cognitiva e humana da pessoa, em detrimento da noção meramente acadêmica, a qual compreende o processo educativo como ingresso às universidades. Esta perspectiva, para o ano em questão, prioriza as classes dominantes como detentoras do nível superior de ensino, enquanto, às classes menos favorecidas, cabe o ensino básico e, conseqüentemente, menores salários.

Neste âmbito, a consciência sociopolítica é imprescindível para reivindicar e alcançar direitos, afinal, naquela significação que emana do olhar da menina do cartaz está implícita a busca pelos direitos estudantis. Assim, no hino da campanha, a única recorrência sobre o valor “direito” se manifesta em uma única estrofe e ainda sem aprofundamento, apenas lançado em discurso associado a figuras da esfera religiosa.

Nova aurora de vida e esperança
Nós buscamos aqui, ó Senhor,
Cidadãos, com direitos iguais,
Pura imagem de Deus, Criador.

Dessa forma, a união de valores como “educar para a vida” e “direitos iguais” tem vinculação direta com a esfera jurídica, especificamente a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Brasileira, a qual compreende, em seu artigo 3º, o direito à educação e à aprendizagem ao longo da vida como um dos princípios do ensino.

Por conseguinte, a legislação brasileira, embora conviva com uma sociedade desigual, garante a educação para todas as classes e gêneros, além de trabalhar para amenizar as dificuldades a fim de garantir seu acesso, principalmente a comunidades indígena e quilombolas, com respeito à língua nativa das tribos.

Em outra via cultural, Farias (2018) informa que:

Para os tailandeses budistas, a educação no passado era feita nos templos e alguns conceitos eram inculcados, entre eles a misericórdia e a compaixão que se deve ter pelos outros seres. Isso com o tempo se introduziu no imaginário

coletivo e por isso é difícil separar os fatores culturais e religiosos (FARIAS, 2021, p. 74).

O direito à educação ainda não é garantido universalmente, haja vista a existência de localidades árabes e africanas chefiadas por grupos extremistas que agem, violentamente, contra pequenas comunidades que lutam pelo direito de a mulher estudar. Há, ainda, comunidades que as negam com base em justificativas de cunho religioso, como forma de controlar e perpetuar a hierarquia de gênero daquela região.

3.14. Campanhas ecumênicas: 2000, 2005, 2010, 2016

Pela primeira vez em sua história, a CNBB lança uma campanha voltada ao ecumenismo. Dessa maneira, proporcionou a reunião de cristãos de outras denominações e assim, organizou um evento de caráter global. O tema escolhido foi “Novo milênio sem exclusões”, com o lema “Dignidade humana e paz”. Estas elocuições aparecem escritas no cartaz oficial do evento, o qual exibe, na sua parte central, o número dois mil, sendo que em cada zero aparece o rosto de três crianças, diferenciadas pelas etnias indígena, negra e branca.

Figura 17 - cartaz da campanha da fraternidade 2000



<https://campanhas.cnbb.org.br/campanha/fraternidade2000>

Na época, a sociedade brasileira tinha a consciência do período transitório em que se vivia e, por isso, se construiu uma expectativa em torno da chegada de um novo século. Assim, estabeleceu-se um imaginário coletivo em torno da ideia de tempo de novas relações sociais. Por essa razão, as crianças do cartaz funcionam como agentes de renovação dos valores humanos e de negação aos antigos vícios de uma sociedade agravada pela exclusão, preconceito e desunião.

A arte do cartaz ainda é composta por um fundo azul e estrelado, reproduzindo explicitamente o universo. Assim, a conjunção do cosmo com as etnias resulta em uma visão de mundo que valoriza a igualdade entre os povos, o cosmopolitismo, a ideia de um povo único, sem fronteiras geográficas.

Tal ideia se concretiza em um hino dessa campanha que faz referência direta a um mundo mais integrado, como na estrofe:

Povos todos, toda gente,
Línguas, raças, religiões:
Nova história e horizonte,
Novo chão sem exclusões!.

Com base nisso, é imprescindível compreender que a campanha da fraternidade desse ano valorizou, entre outras causas, a situação vivida pelos povos indígenas, além de reavaliar o comportamento da instituição no período da ocupação portuguesa que completava quinhentos anos. Nessa época, a Igreja Católica imprimiu sua ideologia mediante ações catequéticas que desrespeitavam as crenças dos povos nativos, os quais são politeístas, o que destoava dos ideais defendidos pelo cristianismo.

Apesar disso, o canto litúrgico de entrada reafirma a visão de mundo cristã:

Para que o mundo creia
Na justiça e no amor,
Formaremos um só povo,
Num só Deus, um só Pastor.

Embora o discurso seja construído com base na ideia da unificação dos povos, ele reafirma o sistema religioso baseado no monoteísmo, denotando uma incompatibilidade com o discurso anterior no qual se falava em “povos todos”, “religiões”.

Além disso, a ideia de “um só povo” evoca a memória cultural do “povo escolhido”, o qual teve sua mais expressiva participação no livro do Êxodo. Esta palavra, do grego antigo, (ἐξοδος) significa saída e foi utilizada para denominar a fuga do povo hebreu sob a dominação egípcia. De certa forma, o episódio constitui-se uma transição de um estado de opressão para a libertação. Esse povo, conforme o relato bíblico, vagou por quarenta anos no deserto até

conseguir habitar a Terra prometida. Tais acontecimentos são rememorados nos versos do canto litúrgico de entrada:

Somos povo da aliança
Que caminha rumo ao Pai.
Somos povo da aliança
Que já sabe aonde vai.

A celebração ecumênica de 2005 divulgou um cartaz com rigor estético diferente daqueles apresentados em campanhas anteriores, porque visou ao lúdico. Trata-se de um objeto cultural cujas linhas e formas lembram os desenhos feitos por crianças. Nele, há um globo terrestre e, sobre ele, uma espécie de boneca de braços muito largos como que abraçando o mundo. Há duas bandeiras brancas: uma com símbolo do Conselho Nacional de Igrejas Cristãs do Brasil e outra com tema “Fraternidade a paz”. Portanto, percebe-se a aproximação entre esta campanha e a anterior ao enfatizar o público infantil como ator central.

Figura 18 - cartaz da campanha da fraternidade 2005



<https://campanhas.cnbb.org.br/campanha/fraternidade2005>

Celebrou-se, assim, o segundo evento de alcance ecumênico. O lema “Felizes os que promovem a paz” foi extraído do livro de Mateus: “Bem-aventurados os pacificadores, porque eles serão chamados filhos de Deus” (BÍBLIA SAGRADA, Mt 5, 9). Ambos os enunciados são traduções distintas de um mesmo versículo. Percebe-se, então, que o mesmo discurso é ressignificado nesta estrofe do hino da campanha:

Vinde todos em nome de Cristo,
Mensageiros da paz e do amor,
Percorrei o caminho do mundo
Levando a paz do Senhor

Primeiramente, os versos promovem uma memória bíblica na qual Jesus envia setenta discípulos e orienta-lhes que “E, em qualquer casa onde entrardes, dizei primeiro: Paz seja nesta casa. E, se ali houver algum filho de paz, repousará sobre ele a vossa paz; e, se não, voltará para vós” (BÍBLIA SAGRADA, Lc 10, 5-6).

Em segundo plano, os versos tanto se referem a pessoas de carne e osso como aludem também a figura dos anjos. Adverte-se que, embora este assunto componha o universo religioso, o que importa para a abordagem de uma semiótica das culturas não é o caráter ontológico das figuras, mas o fato de que elas compõem o sistema de valores de uma dada cultura. Nesses termos, “anjo” tem a mesma significação da palavra hebraica *Malakl*, que significa mensageiro e o povo hebreu foi uma das primeiras civilizações a firmar uma crença sólida de que os anjos podem interferir na vida humana (COSTA, 2011).

Com base nisso, verifica-se uma nova posição social tanto para os discípulos dos tempos bíblicos, quanto para os fiéis dos tempos atuais, uma vez que a Igreja, constantemente, convida-os a participarem de atividades em prol da fé cristã. Neste âmbito, abre-se o espaço para o exercício da função de coroinha, músico, ministro da eucaristia, evangelizador.

Com base nisso, o mesmo hino expressa essa realidade nas seguintes estrofes:

Vinde todos, mulheres e homens
Na alegria também celebrar,
O reino de paz e justiça,
Novo céu, nova terra virá.

Vinde jovens, crianças e velhos,
Jesus Cristo também vos chamou.
A mensagem do seu Evangelho
É de paz, de justiça e amor.

“Economia e vida” foi o tema da campanha ecumênica de 2010 e teve como lema “Vocês não podem servir a Deus e ao Dinheiro”, passagem bíblica contida no livro de Mateus. Agrupada ao seu contexto de origem, esta citação aporta outras significações, além de trazer elementos de uma cultura. Para tanto, é necessário recorrer a outra tradução, como aquela da versão Almeida Corrigida e Fiel: “Ninguém pode servir a dois senhores; porque ou há de odiar um e amar o outro, ou se dedicará a um e desprezará o outro. Não podeis servir a Deus e a Mamom” (BÍBLIA SAGRADA, Mt 6,24)

Com base no exposto, é notável que o versículo pareça ser construído de proposições lógicas que levam a conclusão, parecido com os silogismos aristotélicos, configurando-se, assim, como um jogo de persuasão. Ainda, a intenção do enunciador em contrapor dois

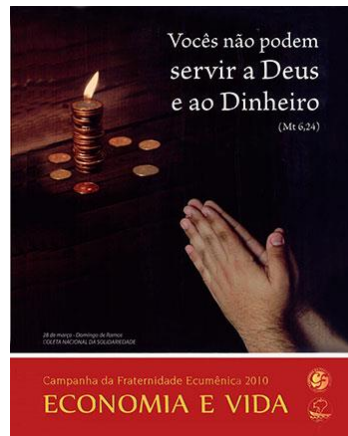
senhores, em que um é figurativizado por “Deus” e o outro por “Mamon”, põe em confronto atores de natureza antagônica. De natureza substancial e distinta, um representa os valores celestiais ou imateriais e o outro, os valores mundanos ou materiais. Dessa forma, ambos são objetos de uma escolha que o (s) sujeito (s) enunciatário (s) deve (m) fazer e prestar fidelidade exclusiva, embora a ideologia que perpassa o discurso do enunciador prevaleça a inclinação pelo ideal cristão, na figura de um Deus único, como indicado desde o Antigo Testamento: “Não seguireis outros deuses” (BÍBLIA SAGRADA, Dt 6, 14).

Confrontando as duas citações acima, infere-se que o lexema “dinheiro” está diretamente relacionado a “Mamon”, um vocábulo proveniente do aramaico que significa “dinheiro adorado”. Com base nisso, há que se considerar o evento no qual os mercadores estavam ocupando o espaço do Templo de Jerusalém que seria um lugar de adoração a Deus. Extrai-se por isso, uma atitude contrária à ideologia presente no versículo interpretado, uma vez que se evidencia a inclinação ao capital em detrimento da atividade religiosa que o templo deveria exercer. Esboça-se, dessa forma, um cenário destoante em conteúdo, como nas intenções pessoais de forma individualizada, e em forma, enquanto configuração de mercadores que desvirtuaram um lugar considerado sagrado.

Portanto, percebe-se que o lema da campanha da fraternidade traz um conhecimento cultural explícito, mas requereu o desdobramento de outra informação que apenas se manifestou quando se utilizou da tradução. Assim, o saber compartilhado sobre a figura de Mamon, – que apresenta imagens variadas, inclusive a de um demônio gordo ornado de joias, sentado em um trono e fumando um charuto – é restrito normalmente a grupos sociais específicos e não um conhecimento difundido em toda e qualquer comunidade sociocultural. De toda forma, o dinheiro é considerado um valor disfórico no instante em que passa do estado de necessidade para o de idolatria. Em suma, quando o ser humano coloca seus próprios interesses acima das convenções e códigos sociais, como se deu no caso do templo sagrado.

Tal veneração vem expressa no cartaz da campanha de 2010 que, além de estampar o lema acima referido, exhibe elementos não verbais, como mãos unidas posicionadas em oração. Nota-se que a pessoa não estaria em pé, mas provavelmente ajoelhada, se se considera a forma canônica de alguém rezando. Embora o ambiente seja escuro, há uma pilha de moedas com uma chama acesa, em substituição ao que deveria ser uma vela sobre uma superfície de madeira. Ao redor desta, três moedas ao lado esquerdo e três ao lado direito estão dispostas de modo a representar o que seria um pires.

Figura 19 - cartaz da campanha da fraternidade 2010



<https://campanhas.cnbb.org.br/campanha/fraternidade2010>

Abordar a origem do gesto das mãos unidas seria demasiado complexo, devido a informações discrepantes de variadas fontes. No entanto, há de se afirmar que tal postura indica a interiorização de uma prática de adoração, na qual os sentimentos estão inclinados para a aquisição de algum valor, seja material ou imaterial. Verifica-se, pois, que este mesmo gesto se encontra na religião indiana com o termo *namaskara mudra* significando súplica, respeito, adoração a Buda. De acordo com Vinita Rashinkar, esta mudra “represents the interconnectedness of all things of universe”¹⁵ (RASHINKAR, 2019, p.167). Enquanto nesta cultura o devoto assume uma posição sentada, na cristã, normalmente os fiéis estão ajoelhados, ato conhecido com genuflexão.

Dessa forma, ao transmitir de forma crítica a adoração ao dinheiro, o cartaz traz um aspecto metonímico em sua composição. Assim, a substituição da vela pelas moedas demonstra em linguagem não verbal aquilo que se encontra no lema da campanha. Enquanto este traz apenas a parte de um versículo como se fosse a lei geral, o cartaz mostra a aplicação na prática do ato por meio da posição assumida por um sujeito que assume sua preferência pelo bem material. Destarte, o fogo que emana da pilha de moedas constitui a negação à fé cristã e ao discurso presente em João 8,12: “Falou-lhes, pois, Jesus outra vez, dizendo: ‘Eu sou a luz do mundo; quem me segue não andarão em trevas, mas terá a luz da vida’”.

Assim sendo, percebe-se que a crítica geral se estende a algumas classes sociais, como a de pessoas enriquecidas. Provavelmente, o evangelista estivesse se referindo não apenas aos comerciantes do templo, mas aos ricos de sua época, uma vez que essa classe social recebeu duras críticas como cidadãos gananciosos, avarentos e egoístas. A partir disto, recorre-se ao

¹⁵ “representa a interconexão de todas as coisas do universos” (RASHINKAR, 2019, p.167, tradução nossa)

discurso proferido no livro de Mateus 19, 24: “é mais fácil passar um camelo pelo fundo de uma agulha do que entrar um rico no reino de Deus”. Portanto, percebe-se o aspecto individualista no interesse e apego acessivo ao dinheiro. Em outro sentido, a relação entre o cidadão e o capital não alcança outros níveis sociais, o que diverge das aspirações do Conselho Nacional de Igrejas Cristãs do Brasil (CONIC), que compreende uma ação econômica à serviço da satisfação das necessidades humanas, para a construção do bem comum e para a preservação do meio ambiente (CNBB 2010).

Nessa perspectiva, o hino da campanha de 2010 traz valores que estão em consonância com a adoção de uma mentalidade econômica com vistas à fraternidade humana. Estruturalmente, os versos da canção trazem, entre parênteses, a indicação de um capítulo e versículos, o que retoma discursos e narrativas bíblicas. Dessa forma, convém reconhecer a presença de um enunciador que possui um saber sobre os escritos evangélicos e os dissemina em forma de temas, partindo do tema genérico “economia”.

Assim, ao proferir que “Não é a riqueza nem o lucro sem medida que geram paz e laços de fraternidade” (BÍBLIA SAGRADA, Lc 16,19-31), o enunciador articula o tema da “avareza” e argumenta sobre o seu efeito negativo. Defende-se a instauração de relações pessoais mais fraternas e recíprocas, uma vez que a manutenção da avareza pode levar à ganância, à mesquinhez, à discórdia, fatores que facilitam as repulsas sociais que não necessariamente sejam de classes de grupos antagônicos como enriquecidos e empobrecidos, mas entre grupos de mesma estirpe social. Que o discurso não seja erroneamente interpretado quando se refere a contextos em que os indivíduos prosperaram economicamente devido ao esforço e dedicação no trabalho. Ao contrário, o problema se torna grave a partir do instante em que os valores disfóricos acima substituem a empatia social.

Com base no exposto, o verso constitui a interpretação de um contexto indicado em parênteses, no caso Lucas 16, 19-31. Trata-se da parábola conhecida como “o rico e Lázaro”. O primeiro exibia o luxo das vestes e vivia de todas as regalias que lhe cabiam. O segundo era um mendigo, que compartilhava com os cães das migalhas que caía da mesa do rico. Quando ambos morreram, Lázaro conquistou a paz celestial, enquanto o outro teve o inferno como destino. Embora seja uma narrativa com fins reflexivos sobre o destino do ser humano, há de se considerar como as relações sociais, mediadas por uma discrepância monetária, provocam o afastamento social, permeada por um sentimento de insegurança, haja vista as formas de preconceito em relação a uma pessoa em estado de miséria absoluta.

No entanto, o discurso analisado carece de um desfecho, pois ao clamar que “Não é a riqueza nem o lucro sem medida que geram paz e laços de fraternidade”, a conclusão vem nos versos seguintes: “Mas todo o gesto de partilha em nossa vida (Mc 12, 42-44) Que faz a fé se transformar em caridade” (BÍBLIA SAGRADA, Gl 5,6).

Primeiramente, a narrativa de Marcos conta como uma pobre viúva depositou seu único sustento na arca do tesouro, apenas duas moedas, enquanto os ricos depositavam grandes quantias, que lhes eram excedentes. Diante disso, distingue-se a ideia de uma oferta genuína da oferta ostensiva; uma que visa ao despojamento dos bens materiais e a outra como forma de exposição de bens. De qualquer forma, os laços fraternos entre classes distintas tendem a permanecer neutralizadas por uma mentalidade econômica individualista e segregacionista, tratando a pobreza como um fenômeno natural.

Destarte, convém lembrar que, nessa época, a Igreja tecia críticas à doutrina religiosa conhecida como Teologia da Prosperidade (CNBB, 2010) que compreende a vida humana enquanto o desfrute de bens materiais, tendo o capitalismo como principal norteador. No entanto, é necessário não adotar uma postura ingênua sobre o assunto e afirmar que a própria Igreja Católica possui um vasto patrimônio econômico, constituído de agências bancárias e empresas. Contudo, a diferença entre as duas doutrinas não reside em um poder-ter, mas no lugar que o capital ocupa no tratamento humanitário aos mais necessitados e não como fator decisivo ou de mediação entre os que têm e os que não têm.

Nestes termos, há a concepção de dízimo para certas doutrinas religiosas. Enquanto umas compreendem essa oferta como produto das condições financeiras do cidadão, outras a concebem como uma espécie de imperativo categórico, ou seja, a exigência de dez por cento do salário, tal como interpretado à luz do Antigo Testamento, como ação sem a qual os fiéis não alcançariam a salvação.

Diante do exposto, argumenta-se que a economia em si não constitui um problema que assola a vida do cidadão. Afinal, uma nação que não se desenvolve no setor econômico será impossibilitada de preservar a vida dos cidadãos. Dela, depende a geração de empregos, os recursos que abastecem o setor farmacêutico, o alimentício, o de saúde, entre outros. Em suma, é a força motriz que movimenta toda a circulação monetária no país. No entanto, a outra face da moeda nesta realidade reside na forma como o capital é gerenciado e como o lucro se sobrepõe a questões éticas e morais, fortalecendo a desigualdade social.

Dessa forma, citam-se problemas que ocuparam as preocupações da campanha da fraternidade, como o cuidado com o meio ambiente, como se observa no relaxamento ao intenso

desmatamento feito por madeiras ilegais, guerreando com povos nativos e destruindo seu espaço; a fome que se alastra pelas regiões e flagelam as camadas mais pobres, enquanto empresários ou mesmo governantes desfrutam de refeições caríssimas em restaurantes de luxo; a preocupação com a seca e as pequenas comunidades rurais que dependem da água para subsistência própria de sua atividade econômica, enquanto grandes proprietários que se apropriam indevidamente de rios para irrigar suas lavouras. Outros problemas decorrentes de atividades econômicas são fortemente presentes em território nacional, mas os mencionados constituem atitudes que visam apenas ao lucro e à reafirmação do poder de classes dominantes e o conseqüente descaso com o outro.

A campanha ecumênica do ano de 2016 escolheu como tema “Casa comum, nossa responsabilidade”. O principal objetivo da Igreja foi atuar para reivindicar políticas públicas em prol do saneamento básico no Brasil. O lema do evento foi “Quero ver o direito brotar como fonte e correr a justiça qual riacho que não seca”.

O lema da campanha foi retirado do livro de Amós, que em tradução diversa afirma: “Corra, porém, o juízo como as águas, e a justiça como o ribeiro impetuoso (BÍBLIA SAGRADA, Amós 5,24). O discurso também foi utilizado no refrão do hino oficial:

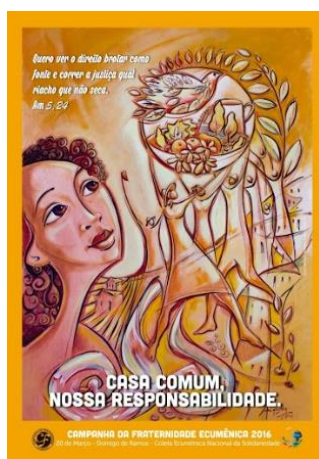
Quero ver, como fonte, o direito
a brotar; a gestar tempo novo;
e a justiça, qual rio, em seu leito,
dar mais Vida pra vida do povo (cf. Am 5,24).

Na verdade, o discurso de Amós, modalizado por um *querer*, constitui uma conclusão de um discurso anterior. O profeta, que também possui a função social de camponês, está inserido em um contexto em que o povo israelita celebrava culto a Deus, com cânticos e festas, enquanto os mais humildes permaneciam humilhados e oprimidos. Logo, era uma sociedade individualista, que negava princípio de alteridade e ignorava a presença do outro como se este não pertencesse a mesma cultura.

Contrariamente à sociedade da época de Amós, o cartaz da campanha ecumênica de 2016 exhibe pessoas em celebração. Trata-se de uma arte feita pelo artista popular Anderson Augusto de Souza Pereira. A pintura mostra em primeiro plano uma moça negra com o olhar voltado para cima e em segundo plano, um grupo de pessoas segurando uma grande bandeja contendo alimentos em seu interior e uma pequena superfície azul com árvores. Além disso, há

uma ave que sobrevoa esta superfície, que, na tradição cristã, simboliza o Espírito Santo sob a forma de uma pomba branca. Em verdade, esta imagem simboliza a natureza com suas matas e mares. A simplicidade dos traçados de toda a imagem relembra a arte da xilogravura nos suportes de cordel e as formas geométricas visivelmente no corpo dos seres humanos recordam a estética da arte cubista.

Figura 20 - cartaz da campanha da fraternidade 2016



<https://campanhas.cnbb.org.br/campanha/campanha-da-fraternidade-2016>

3.15. Campanha da Fraternidade 2001

A primeira campanha do século XXI reflete a questão das drogas no país. O cartaz da campanha é dividido em quatro quadros: os dois superiores mostram uma criança de olhos abertos, à esquerda, e um rapaz, de olhos fechados, à direita. Respectivamente, os quadros inferiores ocupam uma flor saudável e outra ressecada.

Figura 21 - cartaz da campanha da fraternidade 2001



<https://campanhas.cnbb.org.br/campanha/fraternidade2001>

Na parte superior, observa-se o lema “Vidas sim, drogas, não!” estendendo-se por todo o cartaz que exibe um sincretismo semiótico construído à base da antítese. Culturalmente, a origem dos jogos de oposição constitui a base filosófica da religião maniqueísta, a qual surgiu na Pérsia por meio de Maniqueu, seu fundador. Essa visão de mundo, que influenciou inclusive o pensamento de Santo Agostinho, caracteriza certas religiões ocidentais, como o judaísmo, o cristianismo e o islamismo. Todas acreditam na coexistência de duas forças em permanente conflito. Este pensamento esteve sempre presente nos valores cristãos e exemplos não faltam para expressá-los.

Um ponto crítico a se fazer é em relação aos hinos litúrgicos da campanha deste ano. Eles não trataram da temática das drogas ou do dependente químico, apenas enfocam o valor da “vida”, “fraternidade”, “esperança”. Ao contrário de hinos de campanhas anteriores, os quais contemplavam a problemática social escolhida em versos.

Assim, recorre-se a dados do texto-base a respeito da temática sob uma perspectiva cultural. Nesse sentido, a CNBB, por meio do referido documento, afirma que:

Temos consciência de que ainda é pouco o que sabemos sobre o uso das drogas, intimamente ligado aos padrões culturais de cada sociedade. Em algumas, elas se enquadram num contexto ritual, como entre certos povos indígenas; noutras, são inseridas em procedimentos médicos, como nas sociedades modernas (CNBB, 2001, p.3).

Portanto, o texto-base não exclui o fator cultural que envolve a utilização de substâncias psicotrópicas. Contudo, é necessário fazer uma ressalva nesse discurso, ao ser aplicada a contextos de comunidades tribais, o uso da palavra “droga” pode impor sanções negativas, já que, para elas, o ritual provém da utilização de ervas naturais e não manipuladas, contrariamente à medicina, em que “droga” é utilizada como termo proveniente do seu entorno e não produz o efeito pejorativo do senso comum.

A fim de complementar o pensamento do texto-base, é imprescindível conhecer os aspectos culturais de pelo menos três plantas ou ervas e quais são as implicações que as tornaram um problema social.

A folha de *Cannabis* foi utilizada por volta de 2.000 a.C. por chineses, indianos e egípcios com finalidades terapêuticas e ritualísticas; a *Erythroxylum coca*, nativa da Bolívia e do Peru, tinha uso restrito a uma classe social na antiga civilização peruana há cerca de oito mil anos; e a *Papaver rhoeas* ou papoula foi utilizada pelos sumérios por volta de 4000 a.C. para fins de ritual. Nas sociedades modernas, essas plantas influenciaram a medicina tradicional

como o uso de Canabiol para o tratamento da Síndrome de Dravet (epilepsia genética da infância), porém sob autorização judicial; da papoula se originou o ópio e do qual se extrai a morfina, essencial para certos tratamentos cirúrgicos; já a coca foi utilizada pela primeira vez por Sigmund Freud como anestésico.

O problema se instala quando essas plantas são utilizadas para fins comerciais de promoção ao tráfico de drogas. Assim, do refinamento da folha de coca surgiu a cocaína; da morfina sintetizada originou-se a heroína; já a *Cannabis* é conhecida pelo nome popular de maconha, que também sofre, assim como as outras, algum tipo de manipulação pelos traficantes para gerar mais lucro e causar mais dependência no usuário. No entanto, *cannabis* hoje é usada para o tratamento de Alzheimer, síndrome de west, depressão, ansiedade, epilepsia, mal de Parkinson, entre outras.

Nesse contexto, compreende-se a existência de um grande sistema financeiro:

No caso das drogas ilícitas, o elemento mais visado desse sistema é o traficante, por ser quem faz a mediação entre o produtor e o consumidor. Não é ele, porém, quem detém a posição mais forte no complexo e sim o agente financeiro cujo capital põe em movimento todo o sistema, e que, de alguma forma, detém o comando, tanto da produção quanto do tráfico ou intermediação comercial. Seria, portanto, ingênuo reduzir o sistema das drogas à sua parte visível que, geralmente, é apresentada na mídia na figura dos pequenos produtores (plantadores de coca ou maconha), pequenos traficantes (que fazem a entrega direta) e consumidores presos por estarem drogados ou portando alguma droga (geralmente pessoas pobres) (CNBB 2001, p.7).

Portanto, a luta pela erradicação das drogas ilícitas começa desarticulando o agente financeiro. Porém, o que se observa é a criminalização de usuários que, embora estejam contribuindo para o financiamento, são vítimas de um amplo sistema que corrompe, que empobrece, que usurpa direitos.

Além de drogas ilícitas, o texto-base compreende “drogas” como “substâncias capazes de provocar alterações da percepção, do humor e das sensações. Incluem-se, portanto, entre as drogas também o álcool, o tabaco, certos produtos naturais (ex.: cogumelos), inalantes (ex.: cola, éter) e medicamentos (ex.: anfetaminas, morfina)” (CNBB 2001).

No que diz respeito ao álcool, é cultural a utilização de bebidas alcoólicas para festejos e celebrações. Inclusive, há uma espécie de glamourização em torno de consumidores de álcool na forma de atributos como “aquele que aproveita a vida”. Ainda, a ingestão de certas bebidas pode, em alguns casos, determinar o status social do usuário.

O pesquisador Câmara Cascudo defende que o brasileiro é devoto da cachaça, porém não é “cachaceiro”. Cita o botânico Augusto de Saint-Hilaire que, de 1816 a 1822, informa que não se deve supor que o gosto dos brasileiros pela cachaça os conduza a estados de embriaguez e que não se lembrava de ter visto, no decurso das suas longas viagens, um único homem embriagado (CASCUDO, 2014)

A cachaça popular ou a “aguardente da terra” (em contraposição ao aguardente do Reino), como informa Cascudo, “elaborada no Brasil, podia atender ao apetite dos fregueses humildes, escravos, mestiços, trabalhadores de oito a jornal, todo um povo de reduzida pecúnia” (CASCUDO, 2014, p.18). Tal bebida, ao lado do tabaco em rolo, estava ligada com a questão escravagista:

Além de ser jubilosamente recebida pelo vendedor na Costa d’África, figurava necessariamente como alimento complementar na trágica dieta das travessias do Atlântico. O escravo devia forçosamente ingerir todos os dias doses de aguardente para esquecer, aturdir-se, resistir. Soldados e marinheiros através do oceano sorviam álcool. (CASCUDO, 2019, p.18)

No tocante ao fumo, sabe-se que os povos indígenas faziam uso social do tabaco. Em outros contextos, prevaleciam o aspecto ritualístico e religioso e as substâncias narcóticas seriam uma forma de comunicação entre esses povos e o mundo sobrenatural. Como as doenças tinham explicação nesse universo, o uso do tabaco possuía aplicação medicinal. (SANTOS; BRACHT; CONCEIÇÃO, 2011)

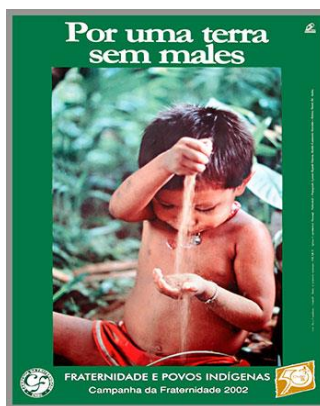
Embora as tradições culturais contenham narrativas sobre o uso justificável e relativamente saudável de plantas, ervas e substâncias, nas sociedades contemporâneas, a lei do capital, cujo fim é a obtenção de lucro, se sobressai ao bem-estar do ser humano. Vende-se uma ideia em forma de propaganda e o indivíduo consome o produto de maneira desordenada, levando-o ao vício, à destituição da unidade familiar e, muitas vezes, à morte. Por isso, a campanha de 2001 imprimiu seus esforços para mobilizar a sociedade brasileira no enfrentamento desse problema que acaba com a vida de milhares de pessoas e destrói o convívio familiar.

3.16. Campanha da Fraternidade 2002

Nesta campanha, os líderes católicos demonstraram sérias preocupações com a demarcação de terras indígenas e a aprovação do Estatuto do Índio, como foco de reflexão e ações junto às instâncias governamentais. O tema “Fraternidade e povos indígenas” e o lema

“Por uma terra sem males” compõem a arte do cartaz oficial, o qual exibe a figura de uma criança indígena sentada com a mão direita elevada e segurando um punhado de areia que cai diretamente na mão esquerda, lembrando a imagem de uma ampulheta. A cor verde, que predomina em todo o cartaz como forma de representar a natureza, desperta a memória sociocultural da cena.

Figura 22 - cartaz da campanha da fraternidade 2002



<https://campanhas.cnbb.org.br/campanha/fraternidade2002>

Nesse sentido, a “terra sem males” compõe o universo mitológico da religião Guarani. Segundo o etnólogo Curt Nimuendajú, *Yvy marãey* (Terra Sem Mal) é a composição de *Marã* que, em Guarani antigo, significa “doença”, “maldade”, “calúnia”, “luto-tristeza”, *Yvy* que significa “terra” e *ey* é a negação “sem” (NIMUENDAJÚ, 1987, p.38). Com base nos seus escritos, *Yvy marãey* é uma espécie de paraíso, morada celeste ou o “além” para o qual as almas vão após a morte.

Já a antropóloga Hélène Clastres registra que “a Terra sem Mal é esse lugar privilegiado, indestrutível, em que a terra produz por si mesma os seus frutos e não há morte” (CLASTRES, 1978, p.30) e que é “a terra em que tudo é produto da abundância sem que seja necessário trabalhar, onde se goza de perpétua juventude etc” (CLASTRES, 1978, p.47).

Por fim, para o antropólogo Bartolomeu Melià, a busca da terra sem males faz parte da construção do modo de ser guarani. Fundamentado em pesquisas arqueológicas, o cientista afirma que os Guarani ocuparam:

as melhores terras da bacia dos rios Paraguai, Paraná e Uruguai, e do sapé da Cordilheira. São terras especialmente aptas para o cultivo do milho, da mandioca, de vários tipos de feijão, abóboras, batata e amendoim. São terras nas quais a técnica agrícola de roçado permite uma produção altamente satisfatória (Melià, 1990, p.33-34).

Para o estudioso, a relação do Guarani com todos os elementos da terra se inscreve na experiência religiosa. Logo, há uma concepção de terra perfeita para a prática da agricultura. Como esta atividade está sujeita às adversidades locais e temporais, a busca por uma terra sem mal também está conectada aos fenômenos das migrações das tribos. Assim conclui Melià: “a própria busca da terra-sem-mal manifesta diversas formas, desde a migração real até o “caminho espiritual”, celebrado ritualmente e praticado asceticamente (MELIÀ, 1990, p.42).

Uma vez que as sociedades industrializadas elegem as relações capitalistas essenciais para o progresso urbano, as sociedades nativas têm a natureza como espaço de subsistência. Quando, de um lado, há relações excludentes, de transferência de bens e valores, do outro, há relações puramente ontológicas, ligadas ao ser, portanto, inalienáveis.

A terra sem males foi enfatizada ainda no hino litúrgico da campanha, como se observa no cântico de Entrada, na segunda e terceira estrofes, em que o enunciador esboça o idealismo que ronda esse espaço:

Pela terra sem males lutamos:
Ver sorrisos, direitos iguais,
Na corrente infinita que almeja
Vida plena de amor e de paz!

Uma terra sem males queremos:
Mesa farta, partilha do pão,
Terra, casa, trabalho, família,
Onde brota o calor da união.

Portanto, conscientemente, os dizeres do lema obedecem a um dado cultural, harmonizam-se à arte do cartaz por meio da temática indígena. Neste aspecto, retoma-se à figura da criança indígena que, metonimicamente, representa os valores de um povo, caracterizados pela pureza, pela relação com a natureza e pela despreensão. Uma cultura que ainda tenta sobreviver às imposições do homem contemporâneo no tocante à defesa da terra.

A ênfase na figura da criança é evidenciada, novamente, no mencionado canto litúrgico de Entrada. A canção é iniciada com a voz de várias crianças em uníssono, emitindo sons que aparentam ser de vocábulos indígenas. Em seguida, entram chocalhos, breves batuques e uma flauta, elementos que compõem o universo musical da cultura indígena. Quanto ao plano discursivo da canção, o enunciador é coletivo e representante da sociedade cristã. Logo, ele se manifesta, em primeira pessoa do plural, entoando o refrão do hino da campanha:

Povos todos, de todas as raças,
Vamos juntos louvar o Senhor,

Que nos dá no amor sua graça:

É de todos o Deus-Salvador!

Uma peculiaridade que pode soar como incoerente é reunir os povos de todas as raças, que possuem suas próprias singularidades culturais, para louvar uma única divindade, identificada na canção como pertencente ao cristianismo. É imprescindível afirmar que isso representa uma visão de mundo na qual o cristianismo sempre recorreu ao status de uma religião hegemônica, inclusive durante o século XVI quando os portugueses invadiram o território brasileiro e desenvolveram sua expedição de não apenas explorar o território, mas converter os povos nativos. A respeito da escravização desses povos, D. Luciano Almeida, na Folha de São Paulo afirma que “há anos, esse tema vem sendo aguardado como resgate de enorme dívida social para com os povos indígenas, vítimas, durante séculos, da cobiça e da violência dos grupos colonizadores” (ALMEIDA, 2002, p. A3).

Inácio Strieder, recorrendo aos relatos de um célebre missionário, Frei Cristóvão de Lisboa, informa que este religioso discordava da ideia de que o índio não tinha forças para o trabalho, pois ele tinha disposição para trabalhar para os holandeses. Por outro lado, a relação com o colonizador português era de extrema repulsa, porque os portugueses escravizavam e exploravam o trabalho indígena ao máximo (STRIEDER, 2000).

3.17. Campanha da Fraternidade 2003

O Estatuto de Idoso, que desde 1997 já vinha sendo debatido, foi sancionado apenas em 2003. Destarte, a campanha de 2003 enfatizou a pessoa idosa no Brasil com o lema “Vida, dignidade e esperança”.

Figura 23 - cartaz da campanha da fraternidade 2003



<https://campanhas.cnbb.org.br/campanha/fraternidade2003>

Enquanto tema foi elaborado sem qualquer especificidade em relação ao público idoso, o cartaz mostra apenas o rosto de um senhor olhando para o lado e segurando uma sanfona, instrumento de significativo valor cultural para várias localidades do Brasil, sobretudo na região Nordeste e em comunidades rurais onde é, também, denominada acordeão ou gaita.

A forma como os idosos são vistos varia conforme as sociedades. A pessoa idosa em sociedades nativas é concebida como detentora do patrimônio imaterial da tribo. Os conhecimentos sobre a mitologia, os rituais e os costumes são feitos pelos anciãos com o intuito de difundir e preservar a cultura, visando às futuras gerações. Sobre isso, a célebre frase “a morte de um idoso é como o incêndio de uma biblioteca”, que é atribuída ao poeta do Mali Amadou Hâmpaté Bâ, citada em Adeyemo (2016, p.246), estabelece a visão de mundo compatível com o saber compartilhado entre os vários cidadãos do globo, a respeito do qual o idoso é um ser dotado de sabedoria.

Por outro lado, em sociedades urbanizadas, os idosos, muitas vezes, são pessoas esquecidas, consideradas inválidas ou incapacitadas, fazendo parte de um contexto determinado por relações cada vez mais aceleradas do ponto de vista capitalista que exige mais agilidade nas operações, mais dinâmica produtiva, o idoso acaba sendo inutilizado, caso ainda deseje exercer alguma atividade. Simbolicamente, assume a condição de invisibilidade, até o momento em que surgem complicações de saúde.

Em outros contextos, são abandonados em asilos, devido à ausência de apoio familiar. A respeito disso, o hino litúrgico de ofertório enfatiza o amparo à pessoa idosa:

Ó Pai, uma prece agora fazemos por todo ancião:
Não fique sozinho, sem lar e carinho, nenhum dos irmãos!

Os versos demonstram um enunciador que expressa respeito pelos anciãos em uma atitude de prece ao divino. Com base nisso, percebe-se que a sociedade brasileira, embora tenha vários feriados nacionais e muitos deles representando o sistema ideológico do catolicismo, apenas dedica uma data comemorativa a esse público, que acompanha a mesma comemoração mundial do Dia Internacional do Idoso que ocorre em primeiro de outubro. Contrariamente, o Japão, que possui uma das populações mais envelhecidas do mundo, homenageia os idosos com um feriado nacional denominado *Keiro no Hi*.

De modo geral, é notório como esses atores sociais ainda são vítimas da indiferença social e do descaso das autoridades governamentais. Whitaker (2010) critica tecnocratas que

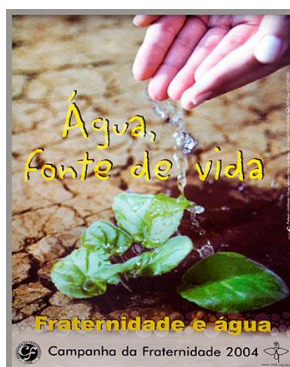
culpabilizam idosos de serem sustentados pelas atuais gerações de adultos em produtividade, mas esquecem eles que a antiga geração trabalhou no passado e alguns em tenra idade para sustentar a atual geração produtiva.

3.18. Fraternidade e meio ambiente: 2004, 2007 e 2011

Neste momento, analisam-se as campanhas que deram ênfase à questão ambiental no Brasil. Primeiramente, o ano de 2004 foi o aniversário de quarenta anos desde a primeira Campanha da Fraternidade. Como celebração, a CNBB elegeu um tema ambiental que não ocorria desde 1979 que foi “Preserve o que é de todos”.

Com o tema “Fraternidade e água” e o lema “Água fonte de vida, a Igreja impulsionou a campanha de 2004. Estes slogans compõem a arte do cartaz oficial que mostra mãos estendidas lançando água sobre uma pequena planta em meio a um chão ressecado. Com base na descrição, emanam oposições semânticas como *brandura x aspereza*, *vida x morte*.

Figura 24 - cartaz da campanha da fraternidade 2004



<https://campanhas.cnbb.org.br/campanha/fraternidade2004>

Estas relações, embora se manifestem no interior da natureza, refletem a situação do homem, no instante em que muitas famílias estão em condições subumanas de sobrevivência devido à escassez e à precária qualidade da água, principalmente na região Nordeste, em que agricultores sofrem com a fome devido à perda da colheita e do rebanho.

A imagem do cartaz pode ser interpretada como uma metáfora: ela evoca a memória cultural do batismo cristão, sendo que a planta do cartaz (ainda em estágio pouco desenvolvido) seria a representação do ser humano que recebe o batismo em seus primeiros anos de vida.

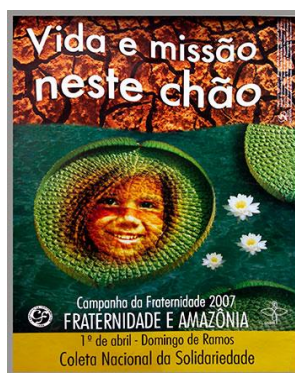
Com a temática da água, é possível estabelecer três vias distintas e não hierárquicas na esfera dos valores a partir dos signos verbais e não verbais que constroem os objetivos, as canções e o cartaz oficial da campanha. Primeiramente, a água compõe, no âmbito do cristianismo, todo um simbolismo subjacente à sua ideologia. Nessa perspectiva, os hinos da campanha de 2004 atribuem diversas conotações à água, como “Jesus Cristo, água viva”, “De tua graça nós beberemos”, “Vem me lavar das sujeiras do pecado”, “Dá-nos a água da justiça e conversão”. Tais discursos levam à disseminação de valores culturais em que a água é a matéria-prima que rege a purificação dos corpos.

Como fonte de vida para qualquer habitante do globo, a água é um bem inalienável. Em vista disso, o objetivo geral da campanha concebe a água como um direito, não apenas da pessoa humana, mas de todos os seres vivos do planeta, razão pela qual o trabalho de conscientização deve abranger toda a sociedade para que esta venha a usufruir de uma água de qualidade.

Por fim, critica-se a visão meramente capitalista de considerar a água simplesmente como uma mercadoria ou uma manufatura capaz de gerar lucro. Esta perspectiva difere daquela que concebe a água como valor econômico, cuja ação incide na cobrança pelo seu uso. Esta última possui um viés de controle de desperdício por parte do cidadão.

Em 2007, o tema escolhido foi “Fraternidade e Amazônia” e o lema “Vida e missão neste chão”. O cartaz dessa campanha estampa o rosto de uma garota indígena sobre a planta aquática vitória-régia, repousada em uma superfície aquática esverdeada. No entanto, a imagem sofre um contraste porque o espaço é concorrido pela presença de um chão ressecado, significando a ausência de vida. Funciona como espaço de negação aos elementos amazônicos que denotam a diversidade. Esse chão sem qualquer utilidade representa o clamor para a preservação do patrimônio brasileiro, a negação à diversidade ambiental, o espaço de desrespeito a todo ser vivo que habita a natureza.

Figura 25 - cartaz da campanha da fraternidade 2007



<https://campanhas.cnbb.org.br/campanha/fraternidade2007>

O nome “vitória-régia” provém das sociedades industriais, resultado de uma homenagem à rainha Vitória do Reino Unido. *Régia* possui o mesmo radical de *Régina* que significa “rainha”. Na cultura indígena, a planta recebe outros nomes como irupé, uapé, aguapé, nampé, iapunaque-uapê.

A imagem central da índia propaga uma memória coletiva, um saber compartilhado entre os cidadãos que conhecem a lenda da vitória-régia. Reza a lenda que Jaci (a lua) vinha buscar alguma virgem para viver a seu lado como estrelas. A índia Naiá desejava incansavelmente que chegasse sua vez. Quando viu o reflexo da lua nas águas do Igarapé, mergulhou no rio para tocá-la e acabou se afogando. Jaci resolveu transformá-la na famosa planta amazônica também conhecida como estrela das águas.

A metamorfose do ser humano em vegetal é algo recorrente nas narrativas indígenas. No hino oficial da campanha de 2007 ocorre a personificação da natureza no trecho do refrão: “Rios, lagos, florestas e povos / Bendizei ao Senhor na canção”. Nas escrituras bíblicas, por sua vez, há essa característica no livro de Salmos:

3 Louvai-o, sol e lua; louvai-o, todas as estrelas luzentes. 4 Louvai-o, céus dos céus, e as águas que estão sobre os céus. [...] 7 Louvai ao Senhor desde a terra, vós, baleias e todos os abismos, 8 fogo e saraiva, neve e vapores e vento tempestuoso que executa a sua palavra; 9 montes e todos os outeiros, árvores frutíferas e todos os cedros; 10 as feras e todos os gados, répteis e aves voadoras (BÍBLIA SAGRADA, Sl 148, 3-4.7-10).

Do hino para o Salmo, o que prevalece é o enaltecimento do ser divino pela sua própria criação. Trata-se de um antropomorfismo que ficou mais conhecido em narrativas míticas, contos, e que circunda o entorno de diversas culturas. O versículo citado direciona o olhar para a pluralidade de seres, sejam eles animados ou inanimados. Comparativamente, o território amazônico é reconhecido pela diversidade de espécies animais e vegetais e, para proteger tal valor, o meio ambiente e todo o país, as tribos indígenas que habitam a região são praticamente os guardiões dessa imensa riqueza. Além delas, outros atores fizeram parte da luta pela preservação desse território, os quais foram reconhecidos como mártires.

Conforme o dicionário Houaiss, o lexema mártir tem como semema “pessoa que sofreu torturas, ou mesmo morte, por não renunciar a qualquer outra crença, religiosa ou política”. Normalmente, a palavra é usada no contexto religioso quando uma pessoa prefere sofrer tortura ou morte em vez de negar sua fé.

No contexto amazônico, pode-se constatar o uso laico do termo na figura do ativista Chico Mendes que lutou junto aos seringueiros na preservação da Bacia Amazônica. Já no

âmbito católico, podem-se citar protagonistas como irmã Dorothy Mae Stang, religiosa americana, que atuava na região transamazônica e era defensora de uma reforma agrária mais justa; padre Josimo Moraes Tavares que atuava em defesa dos trabalhadores rurais; Pe. Ezequiel Ramin, missionário italiano defensor da causa indígena e dos sem-terra. Em suma, foram cidadãos que enxergaram o outro além das fronteiras geográficas, assumiram uma causa que deveria ser universal e não apenas a incumbência do Poder Público e, por fim, aceitaram o diferente, conviveram e repartiram com ele sua dor.

Nestes termos, o hino da campanha da fraternidade traz, à memória, a figura do mártir enquanto inspiração e exemplo da permanente busca dos valores éticos e morais:

Amazônia, Amazônia, este canto
Nos ajude a enxugar todo pranto
Deste solo tão forte e tão terno!
E que a vida dos mártires seja
Novo sopro de vida na Igreja.

Analogamente, os versos acima caracterizam uma metalinguagem que apresenta a mesma intenção ufanista, gloriosa que Homero, Virgílio, Camões usaram para exaltar, em suas epopeias, os grandes feitos de seus heróis. Porém, nessa canção, em ritmo de toada amazônica, a musa inspiradora seria a própria Amazônia, concebida aqui como um ser antropomorfizado capaz de auxiliar os seres e de modificá-los. Outro exemplo desse aspecto encontra-se no refrão do hino da campanha em que o enunciador entoa:

Rios, lagos, florestas e povos,
Bendizei ao Senhor na canção,
Bendizei ao Senhor na canção,
É canção que constrói tempos novos
Nossa vida e missão neste chão!
Nossa vida e missão neste chão!

Abbagnano (2007, p.68) situa o antropomorfismo no interior da religião como sendo “as interpretações de Deus em termos de conduta humana” e Gruden (1999) completa que a linguagem antropomórfica constitui uma forma de revelação concreta da presença de Deus

sobre os povos. No hino em questão, o ambiente cultural estrutura-se de forma harmoniosa na relação entre a natureza e o homem em unidade para louvar seu Criador.

A campanha de 2011 volta seus olhares para a questão ambiental do aquecimento global e as mudanças climáticas. Propôs o tema “Fraternidade e a Vida no Planeta” e o lema “A criação geme em dores de parto” (BÍBLIA SAGRADA, Rm 8, 22). Ambas as inscrições compõem a arte do cartaz do evento. Nele, há três elementos ou camadas não hierárquicas: em um plano mais profundo da imagem, é visível uma grande fábrica, liberando uma fumaça preta de suas chaminés; na parte central, as águas de um rio também representadas de forma escura; e em primeiro plano, um muro sobre o qual repousa uma vegetação verde.

Figura 26 - cartaz da campanha da fraternidade 2011



<https://campanhas.cnbb.org.br/campanha/fraternidade2011>

Como o aquecimento global foi o foco da campanha da fraternidade, depreende-se, pela leitura do texto-base, que a Igreja se posiciona a favor do argumento de que esse fenômeno decorre da ação humana em virtude da intensificação das emissões de gases de efeito estufa durante o período pós-industrial. Em contrapartida, optar por um lado, que possui também suas razões científicas, é desconsiderar outros pesquisadores que defendem o argumento de que o aquecimento global é um fenômeno natural e que os poluentes contribuem muito pouco para o agravamento do problema. No entanto, é inegável que, com o passar do tempo, a intensa atividade industrial e o aumento da população mundial suscitaram diversos problemas, principalmente em relação ao consumismo, o que significa uma maior utilização dos recursos naturais de forma mais acentuada.

Obviamente, o cartaz critica a ganância de empresas em obter lucro pela produção em detrimento da preservação ambiental e o bem-estar social. Dele, emanam duas realidades distintas, caracterizadas por seus discursos próprios, ideologias próprias que evocam uma

memória e um saber histórico compartilhado sobre o mundo, articulando conhecimento histórico, sociológico, antropológico e biológico.

Nesse sentido, percebe-se, de um lado, um aparato ideológico mais ambientalista e conservador. A natureza, neste sentido, representa o bem inalienável cujos recursos estão ameaçados pela ação do homem e o seu proveito exige a adoção de posturas mais moderadas, e cautelosas, com benefícios a longo prazo. Por outro lado, a fábrica expela a fumaça e faz direcionar o olhar para o período da Revolução Industrial, época em que houve forte modificação na relação entre o homem e o trabalho, com a perda dos meios de produção do trabalho artesão. Propaga-se uma ideologia que visa ao lucro e passa aos enunciatórios a ideia de progresso, de desenvolvimento, prosperidade. Assim, a atividade fabril percorre um caminho inverso ao anterior, pois nela permeia a ideia de velocidade, de acúmulo, de consumismo.

Com base nisso, o hino oficial dessa campanha retrata, na quarta estrofe, esse embate ideológico:

Olha as florestas: pulmão verde e forte!
Sente esse ar que te entreguei tão puro...
Agora, gases disseminam morte;
O aquecimento queima o teu futuro.

Dessa forma, confirma-se o posicionamento da Igreja pelo lado ambientalista ao culpar a ação da poluição causada pela emissão dos gases. Porém, é necessário enfatizar o saber que ele veicula: a referência à Floresta Amazônica como “pulmão do mundo”, uma figura de linguagem que se espalhou para além de todo o território nacional e que foi adotada por ambientalistas. Todavia, embora a expressão denote a magnitude da importância do território, não deixa de ser uma forma romantizada da realidade. Na verdade, a Amazônia absorve gás carbônico e libera oxigênio, processo inverso ao de um pulmão, que absorve oxigênio e libera gás carbônico. Com isso, a estrofe traz uma forma poetizada ao representar a grandiosidade das florestas como fortes e verdes, em contraste com a cor preta das fumaças que saem pelas chaminés das fábricas, que seriam os agentes principais causadores da morte.

O discurso de degradação ambiental prolonga-se para a quinta estrofe e, da mesma forma que a anterior, põe em discurso o enunciatório:

Contempla os rios que agonizam tristes.
Não te incomoda poluir assim?!

Vê: tanta espécie já não mais existe!
Por mais cuidado implora esse jardim!

Aqui, esboça-se uma reflexão para a conscientização (segundo verso), por meio de verbos que apelam para o visual, produzindo um efeito de sentido de realidade incontestável. Nesse discurso, o enunciador fala em um “jardim”, o que ativa uma memória bíblica do Éden, um lugar perfeito, de purezas e abundâncias. Destarte, as estrofes quatro e cinco constituem um todo orgânico com o objetivo central dessa campanha que era “contribuir para a conscientização das comunidades cristãs e pessoas de boa vontade sobre a gravidade do aquecimento global e das mudanças climáticas” (CNBB, 2011, p. 5).

Este apelo pela consciência humana também se materializa na estrofe dois quando o enunciador proclama:

A terra é mãe, é criatura viva;
Também respira, se alimenta e sofre.
É de respeito que ela mais precisa!
Sem teu cuidado ela agoniza e morre.

Além disso, há a ideia de uma terra mãe e que também é anunciada em versos do refrão do hino “Nossa mãe terra, Senhor, / Geme de dor noite e dia. Será de parto essa dor?”.

Nesse sentido, delinea-se a personificação de uma genitora que sofre com dores de parto. Apenas nesse discurso, surge a memória de Eva, figura feminina, que, na interpretação bíblica, seria a primeira mãe, a qual daria vida às próximas gerações. Assim, de acordo com a narrativa do Gênesis, sua desobediência custou-lhe a sanção de sofrer as dores da gestação.

A partir do sujeito “mãe terra” que também pode ser estendida a “mãe natureza”, são estabelecidos encontros culturais no instante em que a expressão remete à língua grega Gaia (Γαία). Na Teogonia de Hesíodo, a deusa é a segunda divindade primordial, o primeiro é Caos. Dela, nasceram Ponto, Óreas e Urano. Unida a este último, Gaia pariu doze titãs, dentre eles Cronos. Porém, o ódio de Urano por cada um de seus filhos impeliu-o a restituí-lo de volta ao útero de Gaia: “Por dentro gemia a Terra prodigiosa atulhada, e urdiu dolosa e maligna arte” (HESÍODO, 2007, p.111).

3.19. Campanha da Fraternidade 2006

Comumente, a Campanha da Fraternidade é um evento que propõe a inserção de temas que colocam em evidência grupos marcados pela exclusão social. O ano de 2006 foi reservado a pessoas com deficiência (PcD).

O tema da campanha foi “Fraternidade e pessoas com deficiência” e o Lema “Levanta-te, vem para o meio!”, estampado no cartaz oficial do evento, acompanhado da imagem de uma pessoa com Síndrome de Down. A temática é voltada para a “inclusão social”, contudo, para evitar um desvio em relação ao foco principal da campanha – já que tal expressão pode abarcar não apenas pessoas abaixo da linha da pobreza, mas excluídos pelo preconceito, como negros, índios, quilombolas, miseráveis, entre outros –, prefere-se o termo oficial definido na Convenção das Nações Unidas sobre o Direito das Pessoas com Deficiência, “pessoa com deficiência (PcD), uma vez que retoma a singularidade do evento.

Figura 27 - cartaz da campanha da fraternidade 2006



<https://campanhas.cnbb.org.br/campanha/fraternidade2006>

O lema “Levanta-te e vem para o meio”, no cartaz, vem acompanhado da indicação do evangelho de Marcos, capítulo três e versículo três. A inscrição leva à narrativa bíblica sobre o homem que tinha uma das mãos aleijadas, a qual foi curada em dia de sábado. Assim, a frase adapta-se ao contexto social atual, ajusta-se às condições da pessoa com deficiência, uma vez que a exclusão deste público, nas narrativas bíblicas, tomava dimensões que poderiam comprometer a própria existência. Na atualidade, o discurso sobre o público em questão gira em torno do incapacitado, do coitado, culminando na desqualificação do ser enquanto cidadão.

Pode-se dividir o lema em duas partes: “Levanta-te”, quando o enunciador percebe a situação e não faz um convite, mas dá uma ordem, provocando o enunciatário para que tome uma atitude, uma vez que se encontra em uma posição de inatividade, afastado das funções

sociais, excluído. Esse enunciador põe-se como autoridade e não como ser autoritário que ocupa posição hierárquica, mas quer fazer o outro entender que precisa de sua colaboração. A marca do enunciatário está expressa pelo pronome de segunda pessoa enclítica “tu”, usado para as relações de proximidade mais íntimas com o “eu”. Em relação à outra parte do lema, com a expressão “Vem para o meio”, o enunciador faz duas operações: persuade o outro a compreender que o seu lugar não é afastado, nem excluído, mas no meio de todos e, ao mesmo tempo, passa uma mensagem para os demais presentes de que é no meio de todos que o homem será curado, porque naquele meio, Ele está presente e Ele representa a cura.

O lexema “meio” retoma, no contexto bíblico, um espaço preciso, pois a narrativa se passa em uma sinagoga. O enunciador convida a pessoa excluída para estar com eles no lugar de oração, precisamente onde os doutores da lei vetavam o acesso das pessoas especiais (cego, coxos, aleijados, leprosos) porque se acreditava que eram amaldiçoados por Deus. Como exemplo, cita-se São Joaquim que “foi expulso do templo por um sacerdote (Rouvim) porque não podia gerar filhos, o que era considerado como sinal da condenação de Deus” (UPM, 2018, p. 216).

No cartaz, o termo “meio” significa todos os ambientes sociais que devem ser preenchidos pelos portadores de deficiência em geral. Existem dois atores, um deles com Síndrome de Down é abraçado por alguém, possivelmente, da família e ambos fazem o gesto com a mão para convocar a sociedade a se aproximar.

“Levanta-te! / Chega prá cá”, torna a canção uma manifestação popularizada. Nesses versos, verifica-se a mudança em relação à intenção dos atores do discurso: não é ordem, nem convite, mas acolhimento. Além disso, antecipa momento de integração ou até mesmo uma celebração, evidenciada pelos versos “Une teu canto, a nosso cantar”, “Vem companheiro (a) à vida brindar!”. Esta ideia vem reforçada pelo ritmo no qual a música foi originalmente produzida: trata-se da “Marcha-rancho” que é carnavalesca com andamento mais lento. As marchinhas carnavalescas são composições populares caracterizadas pela intensa participação do povo. Trata-se de uma celebração, na qual as pessoas estão em situação de igualdade, não existe espaço para diferenciação de classes ou de papéis sociais. Com a expressão “Chega pra cá”, ocorre uma popularização da língua, o que, em princípio, contradiz com a natureza da criação literária da campanha. Sabe-se que os hinos eram feitos em linguagem culta para manter a padronização social, a estrutura de poder e evitar contestações. Em vez disso, a modalidade erudita de língua (dentro dos cânones da gramática normativa) passa para uma modalidade popular (sem preocupação com a norma culta).

A primeira estrofe é uma paráfrase da passagem bíblica contida no livro de Mateus, capítulo 11, versículo 2-5. Ela dialoga, diretamente, com a estrofe seguinte, complementando-a e atualizando-a.

Os cegos veem → Se o teu olhar mais além enxergar
Os coxos andam → Se a tua mão a do manco apertar
Falam os mudos → Se o teu ouvido escutar as entranhas
Boas notícias a anunciar! → Um novo tempo vais inaugurar!

O diálogo é estabelecido entre os atores na superfície textual e o resultado desta integração fraterna vem mencionado no último verso: “Um novo tempo vais inaugurar!”. Aqui, estampa-se a subjetividade do enunciador da canção, que revela seu otimismo diante da interrelação entre os diferentes grupos sociais, com uma possível mudança de estado.

A discussão sobre pessoas com deficiência e sua inclusão no meio da sociedade industrial projeta um olhar para outra realidade: o complexo caso de tribos indígenas que, pela tradição cultural, enterram filhos que nasceram com algum tipo de deficiência. De qualquer forma, é praticamente impossível a interferência de indivíduos que não pertencem ao meio alterar esta realidade, pois tais povos indígenas dispõem de um código preestabelecido, a não ser que esta mudança se estabeleça no interior das próprias tribos.

3.20. Campanha da Fraternidade 2008

Em 2008, a campanha da fraternidade voltou suas atenções à defesa da vida humana. O lema “Escolhe, pois, a vida” foi extraído do livro de Deuteronômio: “Os céus e a terra tomo hoje por testemunhas contra vós, de que te tenho proposto a vida e a morte, a bênção e a maldição; escolhe pois a vida, para que vivas, tu e a tua descendência. (BÍBLIA SAGRADA, Dt 30,19).

O contexto ao qual o versículo se refere é a imposição que Deus faz a Moisés e a seu povo de manter absoluta fidelidade ao culto monoteísta, juntamente com todas as leis, mandamentos, estatutos: esta é a condição para a preservação da vida. A morte, antagonicamente, está veiculada a um possível culto politeísta: “se (...) fores seduzido para te inclinares a outros deuses, e os servires, então eu vos declaro hoje que, certamente, perecereis (BÍBLIA SAGRADA, Dt 30,17-18).

O cartaz é construído com base no jogo de contraste entre duas gerações. Primeiramente, a disparidade etária refletida na figura de um senhor idoso que sustenta uma criança recém-nascida. Em segundo plano, no encontro de diferentes características raciais, o idoso é representante da etnia negra, enquanto a criança é branca. Esta confluência convoca o olhar para relações fraternas entre as diferenças. Embora esses atores compartilhem de traços semânticos em oposição, eles são a demonstração da confluência entre raças e gerações

Figura 28 - cartaz da campanha da fraternidade 2008



<https://campanhas.cnbb.org.br/campanha/fraternidade2008>

Na verdade, o que se encontra nas concepções ideológicas da instituição católica é a denúncia à prática de interrupção da concepção. No embate de ideias, enquanto a Igreja defende a preservação do feto, alguns membros líderes de Pastorais defendem a vida da mulher e um tratamento seguro para aquelas mães que não desejam interromper a gravidez. Este ambiente de contraposição de pontos de vista modifica as relações sociais na medida em que os indivíduos assumem concepções de “vida” bastante particular.

Na época, havia um grande movimento em defesa da ciência devido às pesquisas e a utilização de células-tronco embrionárias como fonte reparadora de anomalias causadas por doenças ou fatores naturais. Assim, a Igreja posiciona-se contra tal prática e compreende que o tratamento de enfermidades por meio de células embrionárias constitui uma forma de tratar o ser humano como algo sacrificável. Mesmo assim, a instituição dizia não ser contra as pesquisas científicas, porém este discurso faz resultar a atividade científica como nula, já que pesquisas são feitas visando uma práxis.

No que diz respeito aos esforços a favor do aborto, dois discursos com propostas distintas são difundidos. Um utiliza a expressão “descriminalização” e o outro “legalização”.

As implicações práticas de cada um deles são diferentes, tomando a semântica dos termos. “Legalizar” aponto para o ato de proibição, independentemente se o sujeito está amparado ou não pelos meios jurídicos, já que a lei permite a interrupção da gravidez em caso de estupro. A descriminalização segue uma via de cunho social mais amplo, já que mães, pertencentes às camadas mais pobres, correm risco de vida, devido à utilização de clínicas clandestinas, enquanto mães da classe média-alta, se optarem pelo aborto, o fazem por meio de pagamento especializado.

Diante do exposto, para Boltanski (2012), embora seja difícil que os sujeito se empenhem na busca de querer identificar ou mesmo punir as pessoas responsáveis pelo aborto (Esse traço também vale para as sociedades ocidentais medievais ou modernas, dominadas por Igrejas cristãs cujos pais haviam condenado o aborto), não significa que elas estejam isentas de algum tipo de sanção. Segundo o autor, em sociedades, a esterilidade pode ser considerada como um tipo de castigo imanente, em outras, a crença numa vingança pela ação do espírito do feto abortado.

O hino da campanha de 2008 traz uma estrofe a respeito do aborto:

Fiz o homem e a mulher à minha imagem;	Com tristeza vejo a vida desprezada,
Por amor e para o amor eu os criei.	Nos meus filhos e em toda a natureza.
Com meu povo celebrei uma Aliança.	Me entristece tantas vidas abortadas,
O caminho da justiça eu ensinei.	Dói em mim a violência e a pobreza.

Com base no discurso enunciado, é possível compreender que a “vidas abortadas” não se confina apenas aos recém-nascidos, mas à espécie humana. O enunciator, como é um ator figurativizado por Deus, expressa seu descontentamento com a humanidade e este “aborto” (concebido aqui em sentido amplo) é resultado de uma sociedade violenta, que dissemina a desigualdade social e a discriminação entre pessoas, o que leva ao aniquilamento das diferenças.

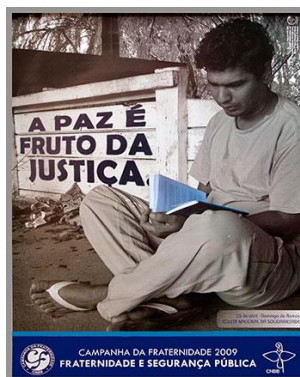
3.21. Campanha da Fraternidade 2009 e 2018

Optou-se, neste momento, por analisar o universo de discurso dessas duas campanhas, devido à aproximação temática entre ambas. Em 2009, os olhares da Igreja voltaram-se para o problema da segurança pública, ao passo que em 2018, a instituição trata da temática da violência no Brasil.

O tema “Fraternidade e segurança pública” guiou as ações da CNBB para a campanha de 2009. O lema “A paz é fruto da justiça” vem explicitado no cartaz do evento, pintado em um cercado de madeira. Pode-se considerar que essa frase é uma tradução contida no livro de Isaías: “E o efeito da justiça será paz, e a operação da justiça, repouso e segurança para sempre” (BÍBLIA SAGRADA, Is 32, 17). Parte do discurso do capítulo aborda a segurança, como no versículo seguinte: “E o meu povo habitará em morada de paz, e em moradas bem seguras, e em lugares quietos de descanso” (BÍBLIA SAGRADA, Is 32, 17).

Ambiente semelhante ao que se verifica nos versículos é perceptível no cartaz da campanha, na qual um homem sentado no chão, com roupas bastante simples e de sandálias, lê tranquilamente um livro e assume uma postura com as pernas dobradas, posição cujas reminiscências remetem ao sistema cultural hindu, denominada posição de lótus.

Figura 29 - cartaz da campanha da fraternidade 2009



<http://campanhas.cnbb.org.br/campanha/fraternidade2009>

A imagem certamente dialoga com o slogan no que se refere à propagação e a manutenção de uma cultura de paz, o extremo oposto daquilo que se considera uma agressão à liberdade individual, à violência. Nestes termos, a literatura desta campanha gira em torno da relação de oposição entre segurança x violência. O texto-base da campanha aponta três tipos de violência: estrutural, física, simbólica, mas considera, também, a violência psicológica e a sexual.

O primeiro tipo está estreitamente vinculado à organização da estrutura social em que se presenciam situações de exclusão e a perpetuação de uma mentalidade determinista em relação às classes sociais, em que aos empobrecidos são negados os meios básicos do ser-cidadão. Uma manifestação discursiva da violência estrutural se manifesta no hino da campanha. Percebe-se que o terceiro verso é manifestação direta do lema “A paz é fruto da

justiça” e o valor “tranquilidade” como elemento isotópico tanto do tema “paz” quanto da característica em que se apresenta o homem do cartaz do evento:

É vão punir sem superar desigualdades;
É ilusão só exigir sem antes dar.
Só na justiça encontrarás tranquilidade;
Não-violência é o jeito novo de lutar.

Além disso, violência psicológica diz respeito a importunações que ferem o emocional dos sujeitos. Ela pode ser manifestada na forma de humilhações, manipulação, insulto, proibições, constrangimento. O hino da campanha traz a humanidade como ator que sofre de insegurança e medo:

Ó povo meu, chegou a mim o teu lamento,
Conheço o medo e a insegurança em que estás.
Eu venho a ti, sou tua força e teu alento.
Vou te mostrar caminho novo para a paz

Por outro lado, há a questão da segurança, a qual articula setores governamentais e a população em geral. Neste âmbito, propaga-se a visão de mundo de que “armar a população” reduz o índice de criminalidade, discurso baseado em políticas de segurança pública de outros países. No entanto, o perigo reside na transferência de responsabilidades, pois com a população de posse de armamento, o investimento em segurança pública poderia sofrer sanções negativas.

Como se sabe, a semiótica das culturas trata da visão de mundo, dos discursos, do saber compartilhado entre os cidadãos de uma comunidade, de como um complexo cultural ressignifica a realidade em sua volta. Nestes termos, observa-se a diferença entre o sentido denotativo de segurança em contraposição àquele veiculado nos limites da ideologia católica. O dicionário Houaiss traz a significação do lexema “segurança” elaborada de forma mais técnica ou geral. Esta entra em consonância com a segunda estrofe do hino da campanha, que traz uma perspectiva particular sobre o lexema e uma concepção mais idealizada:

dicionário

[estado, qualidade ou condição de quem ou do que está livre de perigos, incertezas]
[assegurado de danos e riscos eventuais]

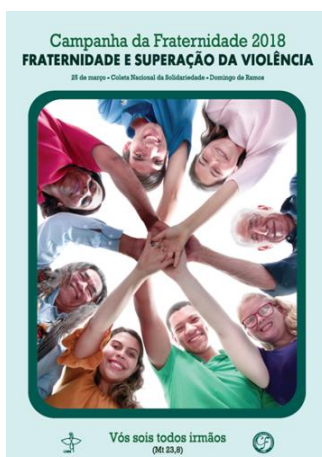
hino

[é vida plena para todos],
[Trabalho digno, moradia, educação],
[É ter saúde e os direitos respeitados],
[É construir fraternidade, é ser irmão]

Dessa forma, o enunciador do canto religioso constrói a visão de “segurança” baseado em elementos que estão no âmbito da cidadania. Dessa maneira, o discurso é voltado para a aquisição dos direitos dos cidadãos e a fraternidade entre eles.

O cartaz da campanha de 2018 reúne diferentes atores sociais em faixas etárias distintas como adulto, jovem e idoso, somando oito pessoas que estão dispostas em círculo e de mãos dadas. O ângulo fotográfico foca-os de baixo para cima, de modo que se vejam o rosto de cada participante, os quais estão vestidos com cores diferentes. Com isso, a intenção da Igreja nacional é celebrar uma campanha que vise à superação da violência, apoiada no lema “Vós sois todos irmãos”, extraído do livro de Mateus, 23-8.

Figura 30 - cartaz da campanha da fraternidade 2018



<http://arquioceseedecuritiba.org.br/campanha-da-fraternidade-2018/>

Sobre o aspecto cultural, a palavra “irmãos”, do lema “Vós sois todos irmãos”, alcança intensa discursão. Como se trata de uma tradução do Hebraico para o português, indubitavelmente, a significação deste lexema, no contexto de produção, não está centrada nas relações consanguíneas, mas em um universalismo parental, em que todos pertencem a uma mesma origem e, portanto, são responsáveis pelos mesmos deveres. No entanto, o texto hebraico possui uma variedade de acepções para o termo *ahim* (irmãos). Além de se referir àqueles reunidos por laços de sangue, inclusive “primo”, o vocábulo também é utilizado para se referir a membros do mesmo clã. Também *ahim* conecta-se a relações contratuais, a exemplo de Labão, que recebe Jacó e o chama de “irmão”, mas também o engana por lhe ter dado a filha Lia, no lugar de Raquel.

Além disso, considera-se que o lema constitui parte de um discurso maior, o qual não pertence propriamente ao campo semântico de “violência”. Ocorre que, no referido capítulo, é

tecido um discurso de denúncia sobre o comportamento dos escribas e fariseus. Os primeiros possuíam a tarefa de copistas, isto é, que copiavam os textos da lei judaica com o objetivo de instruir o povo. De outro lado, os fariseus constituíam uma classe de judeus de grande prestígio religioso e que defendiam a pureza da cultura hebraica contra qualquer imposição estrangeira, portanto, a significação da palavra remetendo à ideia de “separação”.

Neste contexto, Jesus, segundo o livro de Marcos, denunciava a hipocrisia dos considerados doutores da lei, os quais deveriam ser exemplos de líderes fieis aos desígnios das escrituras, mas não seguem e mesmo assim cobram o cumprimento da lei aos demais. Além disso, fazem obras de modo que sejam vistos e admirados pelo povo, exigindo a este que os chamem de Rabi, um título de honra que significa “mestre”.

Apesar disso, apenas no final o capítulo traz a denúncia de violência na forma de assassinatos de profetas: “Jerusalém, Jerusalém, que matas os profetas, e apedrejas os que te são enviados! quantas vezes quis eu ajuntar os teus filhos, como a galinha ajunta os seus pintos debaixo das asas, e tu não quiseste!” (BÍBLIA SAGRADA, Mt 23, 37). Em suma, verifica-se uma voz que se impõe, por meio da denúncia, diante das forças de poder, um discurso que combate costumes e que, ao expor atitudes dissimuladas, apela para uma consciência, a reflexão e a ruptura de um sistema e das relações de poder.

3.22. Campanha da Fraternidade 2012

Em 2012, a CNBB dedicou o tema “Fraternidade e saúde pública” como foco principal da campanha. O lema proposto foi “Que a saúde se difunda sobre a Terra” e constitui parte do versículo oito do capítulo trinta e oito do livro de Eclesiástico. Este capítulo exalta a importância dos papéis sociais daqueles que praticam a medicina. Como algumas bíblias intitulam os capítulos, encontraram-se os seguintes títulos: “Médico e doença”, “Medicina e projeto de Deus” e o versículo sofre variações em sua tradução: “Dessa maneira, as obras de Deus não têm fim, e dele vem o bem-estar para a terra¹⁶”, “até que a paz divina se estenda sobre a face da terra”.

Este contexto é enfatizado no cartaz oficial, o qual exhibe dois atores diferentes quanto à posição social, a faixa etária e origem étnica: do lado esquerdo, um médico jovem e branco (representante da saúde pública) aperta a mão de um paciente idoso e negro (representando a

¹⁶ Cf. BÍBLIA SAGRADA, Eclo 38, 8. Edição Pastoral, 2014

sociedade). Enfim, toda a composição envolvendo os gestos e as expressões faciais resultam na instituição do valor da fraternidade.

Figura 31 - cartaz da campanha da fraternidade 2012



<https://campanhas.cnbb.org.br/campanha/fraternidade2012>

No entanto, a pureza no ambiente configurado no cartaz nem sempre se aproxima do quadro da saúde no país. Observa-se um descaso para com os cidadãos mais humildes que, na maioria das vezes, enfrentam madrugadas para conseguir atendimento. Neste contexto, comprometem a própria segurança, já que as unidades de saúde não são monitoradas por qualquer agente de segurança pública. Além disso, há ainda uma pressão psicológica exercida pelo tempo de espera para ser atendido, o ambiente lotado e exposto a novas enfermidades.

Em contextos mais complexos, como cirurgias, o cidadão teme pela vida devido à morosidade para se efetivar o procedimento. Enquanto as populações mais pobres dispõem de um serviço aviltante, as classes mais abastadas gozam de um sistema particular, com agendamento, ambiente higienizado e com baixíssimos riscos de contrair outras enfermidades. Uma realidade que vem expressamente representada na primeira estrofe do hino da campanha da fraternidade:

Ah! Quanta espera, desde as frias madrugadas
Pelo remédio para aliviar a dor!
Este é teu povo, em longas filas nas calçadas,
A mendigar pela saúde, meu Senhor!”

Em suma, perpetua-se o mecanismo em que o mais forte economicamente prolonga a expectativa de vida com um atendimento mais qualificado e regular, enquanto o mais fraco,

além de contar com um serviço comparável a uma esmola, como é representada na canção, tende a desaparecer mais cedo. Vive-se, pois, uma tensão entre classes: uma marcada pela privação, descaso, insalubridade, negligência, burocracia, insegurança; a outra, pela suficiência, comodidade, facilidade, agilidade, qualidade, segurança, higiene etc.

Neste ambiente, resta ao cidadão recorrer à religiosidade com o intuito de aliviar a dor do abandono governamental. Assim, o âmbito católico é habitado por inúmeros fieis em busca de cura por meio de celebrações, como as chamadas “missas de cura e libertação”. Neste sentido, a fé torna-se uma via para erradicação da enfermidade e a consequente restituição da saúde.

Próximo a esse hábito, o texto-base da campanha informa que os judeus acreditavam que os problemas de saúde advinham do pecado pela culpa e que a oração era o primeiro ato para se obter a cura das doenças (CNBB, 2012). Esta ideia é fundamentada em uma passagem bíblica contida no segundo livro de Samuel, capítulo doze, versículo 15-23. Neste, Davi padecia por seu filho, acometido por uma doença advinda do Deus, como forma de punição ao próprio Davi. Assim, ele jejuou e passou a noite deitado no chão por sete dias.

A atitude de Davi é compreendida como uma forma cultural de se posicionar diante de uma enfermidade. A partir disso, percebe-se que as doenças eram enviadas pelas divindades como forma de punição ou castigo. Há culturas nas quais o fenômeno se manifestava por meio de espíritos encarnados em uma pessoa e que seriam expulsos à base de objetos ou rituais.

Comparativamente, Assis (2020), pesquisando aspectos culturais da tribo indígena Pankararu, informa que os Encantados são seres sobrenaturais manifestados por guardiões e pelos Praiás, dançadores mascarados e vestidos de saia. Essas entidades auxiliam e protegem a tribo em diversas questões familiares ou pessoais, até mesmo em casos de restauração da saúde.

Neste âmbito cultural, sublinha-se a importância da civilização egípcia como referencial nas práticas médicas. Neste âmbito, o egiptólogo Moustafa Gadalla informa que observadores estrangeiros, como gregos e romanos, se espantavam com a importância dada à saúde pelos egípcios. Ainda de acordo com o pesquisador, os gregos exerceram um grande papel em relação ao transporte de remédios e prescrições egípcias até à Europa. Por fim, os escritos do egiptólogo Warren Royal Dawson informam que foi, no Egito, que surgiram primeiro: observações anatômicas, experimentos em cirurgia e farmácia, usos de talas, ataduras e uso de vocabulário médico (GADALLA, 2018).

3.23. Campanha da Fraternidade 2014

Em 2014, a campanha da fraternidade escolheu como tema “Fraternidade e tráfico humano”. As motivações para a escolha do tema se devem ao fato de que, em 2013, houve um aumento nos casos de tráfico humano (isso quanto aos que foram registrados) e também a adoção de um Segundo Plano Nacional de Enfrentamento ao Tráfico de Pessoas.

O lema “É para a liberdade que Cristo nos libertou” é uma frase extraída do livro de Gálatas 5, 1. Integralmente, o versículo se anuncia como: “Estai, pois, firmes na liberdade com que Cristo nos libertou e não torneis a colocar-vos debaixo do jugo da servidão” (Gálatas 5,1). Trata-se, pois, da continuação de uma reflexão contida no capítulo anterior, segundo o qual Paulo cita as duas concepções que resultaram na descendência de Abraão: um da escrava Agar que, segundo o apóstolo, gerado segundo a carne, e o outro de Sara, a mulher livre, que gerou um filho segundo a promessa de uma descendência numerosa.

O cartaz da campanha mostra, no plano superior, uma mão rompendo quatro correntes equivalentes a quatro mãos acorrentadas que estão posicionadas no plano inferior. As mãos representam os papéis sociais de uma criança, de uma mulher, de um homem e a de uma pessoa negra com a mão fechada. Respectivamente, elas resgatam as categorias da infância, do gênero e da etnia de atores sociais que se encontravam em estado de escravidão.

Figura 32 - cartaz da campanha da fraternidade 2014



<https://campanhas.cnbb.org.br/campanha/fraternidade2014>

Em consonância com o exposto, o texto-base da campanha representa esses atores sociais na figura de pessoas vulneráveis economicamente. Neste âmbito, situam-se mulheres, adolescentes e crianças que são aliciadas e lançadas no mercado do sexo; homens escravizados,

vivendo em locais insalubres e em condições subumanas. É necessário, ainda, destacar a memória histórica evocada pelo cartaz com as mãos fechada de uma pessoa negra, símbolo de luta e de resistência. Esse grupo social, objeto e vítima de atividade genocidas da época da escravidão, foram os mais injustiçados por séculos. Assim, o tráfico negreiro, conforme é registrado nos livros de história, constitui um infeliz marco na história mundial que, ainda hoje, acontece não apenas com pessoas negras, mas também com outros grupos sociais. Eis o que diz o texto da CNBB:

Os criminosos deste tráfico exploram pessoas em várias atividades: construção, confecção, entretenimento, sexo, serviços agrícolas e domésticos, adoções ilegais, remoção de órgãos e outras. As vítimas normalmente são aliciadas com falsas promessas de melhores condições de vida em outras cidades ou países. Por isso, o tráfico humano é frequentemente vinculado à migração, sobretudo quando o migrante está sob alguma forma de ilegalidade dentro ou fora do país (CNBB, 2014, p.7)

Observa-se, desse modo, a posição humana como mero objeto de transações comerciais com fins lucrativos. Enquanto povos oprimidos têm sua dignidade ultrajada, os exploradores lucram com a dor e o sofrimento do outro. Ainda, no texto-base, a CNBB assume uma posição cosmopolita ao considerar o tráfico humano “uma agressão a todos, por isso sua erradicação deve ser assumida por todos” (CNBB, 2014, p.51). A pessoa vulnerável, ao tentar amenizar os problemas advindos da desigualdade social (o que não deixa de ser uma forma de libertar-se) é enganada por falsas promessas e termina em uma situação ainda pior, como retrata uma das estrofes do hino da campanha:

Há tanta gente que, ao buscar nova alvorada,
Sai pela estrada a procurar libertação;
Mas como é triste ver, ao fim da caminhada,
Que foi levada a trabalhar na escravidão!”

3.24. Campanha da Fraternidade 2015

O ano de 2015 foi destinado às relações entre igreja e sociedade. Com base em Marcos 10, 45, o lema desta campanha foi “Eu vim para servir”. O cartaz oficial mostra uma imagem do Papa Francisco beijando o pé de um fiel e uma pequena bacia de prata com água. Assim, a

imagem evoca uma memória bíblica na qual Jesus lava os pés dos discípulos, relato contido no livro de João.

Figura 33 - cartaz da campanha da fraternidade 2015



<https://campanhas.cnbb.org.br/campanha/fraternidade2015>

A atitude do pontífice de beijar os pés tem uma relação com a história de que o Papa Gregório VII instituiu normas para regulamentar o modo como os príncipes deveriam beijar os pés do Papa. Obviamente, a atitude visava ao estabelecimento da hierarquia eclesial e consequente submissão do fieis à figura do líder católico, o que não exime a ideia de um tipo de vassalagem. Ademais, outra interpretação se firmaria como uma homenagem ao Cristo na figura papal. Contudo, o gesto percorreu outros contextos, em que se beijavam os pés de reis e imperadores, principalmente dos antigos líderes romanos.

No cartaz, a atitude do Papa de se curvar se traduz, pois, como gesto de humildade, invertendo a ordem hierárquica canônica em que o líder se põe acima dos seguidores. Com base nisso, a cena traduz, de forma coerente, o discurso do evangelista: “Porque o Filho do homem também não veio para ser servido, mas para servir e dar a sua vida em resgate de muitos”. (BÍBLIA SAGRADA, Mc 10, 45). Ademais, o cartaz, além trazer à memória o episódio da lavagem dos pés do discípulo, evoca também outra narrativa bíblica: uma a mulher (Maria, irmã de Lázaro) que chora aos pés de Jesus e enxuga-os com os cabelos.

Em todo caso, percebe-se como as relações de poder, neste momento, são invertidas no plano simbólico para estabelecer a visão de mundo de que a Igreja, mesmo sendo uma instituição que reivindica determinado grau de hegemonia, também pode assumir a condição de serva da sociedade. Indubitavelmente, este pensamento a respeito da servidão da Igreja no meio social constitui ou deveria constituir fundamento principal do “ser cristão”, uma vez que

seu principal ícone, Jesus de Nazaré, transitava nas regiões promovendo a paz. Isso se verifica no hino oficial da campanha:

Preciso de gente que cure feridas,
que saiba escutar, acolher, visitar.
Eu quero uma Igreja em constante saída
/:de portas abertas, sem medo de amar!:/

A respeito do poder, o texto-base da campanha promove a ideia de que a Igreja não possui partido e não tem pretensões de influenciar o poder com o intuito de impor sua ideologia. Este discurso é parcialmente verdade no tocante a não obrigar os líderes do povo a aceitar a doutrina cristã. Porém, a Igreja sempre procurou argumentar contra decisões e discursos governamentais quando algum assunto não esteve de acordo com os valores cristãos. De certa forma, essa manifestação acaba influenciando as decisões dos representantes dos três poderes.

O texto-base da campanha traz como um dos objetivos específicos “Fazer memória do caminho percorrido pela Igreja com a sociedade” em que se aborda o fenômeno da Cristandade, que representou uma reconfiguração entre Igreja e sociedade após a destituição do Império Romano. Então, a sociedade passou a viver de acordo com os valores disseminados pelo catolicismo (CNBB, 2015).

Contudo, o século XVI inaugura um período de questionamento da doutrina católica. Surge, então, o evento histórico da Reforma Protestante, sob liderança de Martinho Lutero, e o movimento intelectual do Humanismo. Com isso, a Igreja viu suas bases confrontadas e sua hegemonia sofreu uma queda. No plano filosófico, este conflito representou a descentralização dos valores teocêntricos para a imersão dos ideais do antropocentrismo.

4. CONCLUSÃO

A literatura da campanha da fraternidade é constituída de textos verbais, poéticos – musicais que são os hinos – e de textos sincréticos, os cartazes, nos quais, ao lado do lema/tema da campanha, aparecem signos imagéticos que são representações visualizadas dos temas. Os hinos são orações nas quais quem enuncia é o homem, representante da igreja, tendo Deus como enunciatário. Portanto, Deus é o Tu do homem nos hinos, diferentemente, de muitos textos bíblicos onde o homem é o Tu de Deus porque é Deus quem lhe fala.

A terceira fase da campanha da fraternidade foi destinada às causas sociais ou, mais detidamente, à espécie humana e não mais a assuntos inerentes ao catolicismo. Mesmo o destaque dado ao meio ambiente, como ocorreu nas campanhas de 2004, 2007 e 2011, seja vinculado às ciências da natureza, a finalidade primeira foi proteção do homem. A natureza deve ser cuidada para o homem, na direção do homem e pelo homem. Nela, estão os indícios da presença do homem, como o caso do cartaz que trazia a lenda da vitória-régia e a índia Naiá, descrito na página cento e vinte e seis.

Apesar de a língua ser escolarizada, o tema conduz ao povo. Um povo sofrido, explorado, marginalizado e excluído que vem figurativizado pelas minorias sociais e étnicas, como negros índios, mulheres, pobres, encarcerados e crianças em situação de desigualdade social e penúria. Trata-se de uma igreja de denúncia, de aceitação da diferença e de busca da cidadania. A ideia passada é a de que, no excluído, está a figura de Jesus que morre na cruz, ou melhor, Jesus que está escondido no outro. O excluído é o próprio Jesus que sofre no irmão. Assim, Jesus e o irmão são uma única coisa.

A literatura da campanha trata das dores da humanidade, dos estados psicológicos do sujeito, de suas incertezas, desolações e autopunições (como exemplo; *torturei minha esperança, quanta espera, desde as frias madrugadas, reguei com meu sangue, meu sonho maior*). Há, portanto, uma pressão física e psicológica que recai sobre o sujeito que não consegue encontrar um alívio para o seu sofrimento. A campanha não só abriu os olhos para a existência dos marginalizados, como conclamou a eles para reunirem-se em uma única mesa, o banquete de Deus que não faz diferença entre as pessoas e, ainda, lutou pela superação de problemas sociais, posicionando-se contra alta taxas de analfabetismo, dirigindo olhar para uma educação de qualidade, para todos, e para a criação de leis justas a favor do homem. Constituiu, portanto, um evento que não visou, apenas, à espiritualidade, mas também uma maneira de

mobilizar toda a sociedade para ações concretas e ressocializar os diferentes sujeitos que se encontram à margem da sociedade. Estes, por sua vez, ganham notoriedade, já que as lideranças governamentais tendem a negligenciá-los com as mais diferentes formas de violência.

Disto, resulta que, mesmo que os discursos religiosos em torno de assuntos do domínio político apontem para uma postura de isenção, a Igreja, na prática, demonstrou inclinação por alguma instância da sociedade. Inclusive, a presença de padres colunistas em jornais corroboram esta ideia, uma vez que os meios de comunicação e, principalmente, os periódicos estão, de certa forma, alinhados a alguma ideologia política.

Alguns hinos enfatizaram as estruturas de poder. A relação antagônica entre dominante e dominado foi tratada, em muitos momentos, sob o viés capitalista. A partir disso, foram gerados, inevitavelmente, temas como cobiça, ganância, egoísmo, consumismo. Estes foram vistos, no interior da ideologia cristã, como frutos de uma prática pecaminosa e individualista do ser humano.

Em todo caso, as análises confirmaram que o discurso catolicista reflete um ideal cosmopolita no instante em que convoca não apenas o povo brasileiro, mas a todos os povos da Terra. Os cidadãos são corresponsáveis na difusão da fraternidade, da paz e da justiça principalmente para com os menos favorecidos. Estes, por sua vez, foram concebidos como o povo real, de carne e osso, que busca seus direitos devido à carência dos meios básicos para se afirmar como cidadão. Um povo que sofre as imposições dos ricos e que não foi tratado como mera abstração ou romantização, embora o enunciador dos hinos, em vários momentos, almejassem um tempo e espaço de paz perpétua.

A educação tem como meta a justiça e o amor. A fraternidade deve servir à vida e à esperança. A igualdade é o convívio com as diferenças étnicas e religiosas. As imagens das crianças utilizadas nos cartazes (2000, 2010, 2016) funcionam como agentes de renovação dos valores humanos e da negação de uma sociedade agravada pela exclusão, preconceito e desunião. A conjunção dos três elementos (p. 14) cosmos, etnia e religião, resulta em uma visão de mundo que valoriza a igualdade entre os povos, o cosmopolitismo, a ideia de um povo único, sem fronteiras geográficas, mas reunidos pela fraternidade que, nesse sentido, abarca o universo.

As ponderações analíticas estiveram sempre em busca de dados que revelassem a visão de mundo de uma sociedade ou a cultura de um povo, mesmo que fossem apenas um trecho do texto-base, como aconteceu no tema referente às drogas. Sendo assim, não foi priorizado o percurso narrativo dos sujeitos presentes nos textos, advindo das contribuições de A. J.

Greimas, mas foi adotado o método da Semiótica das Culturas que busca interpretar culturas, historiar e fazer comparações entre.

Dessa maneira, o trabalho com a vertente de estudos da semiótica das culturas ainda é um campo a ser desbravado no sentido metodológico, pois se trata de uma ciência da interpretação, conforme os postulados de François Rastier. Logo, não dispõe de operações preestabelecidas, mas postulados que visam à confluência das ciências da cultura, como a sociologia, a antropologia, a ética, a filosofia.

Portanto, espera-se que este trabalho constitua um modelo prévio de abordagem da semiótica das culturas e que, futuramente, possa contribuir para o aperfeiçoamento de uma técnica de interpretação e análise textual mais refinada.

5. REFERÊNCIAS

- ABBAGNANO, Nicola. **Dicionário de Filosofia**. São Paulo: Martins Fontes, 2007.
- ASSIS, Emerson Francisco de. Pankararus: encantamento, transfiguração étnica e desafios no Século XXI. In: BATISTA, M.F.B.M.B. (Org.). **Quem é o povo?**, 2021, No prelo.
- BATISTA, M. F. B. M. A semiótica: o caminhar histórico e perspectivas atuais. **Revista de Letras**, Fortaleza, v. 1, p. 60-68, 2003.
- BATISTA, M. F. B. M. Modelos pancrônicos de descrição linguística: percursos de sentido. **Acta Semiótica et Linguística**, v. 19, p. 114-126, 2014
- BATISTA, M. F. B. M. **Semiótica e cultura: valores em circulação na literatura popular**. 2009 (Curso de curta duração ministrado).
- BATISTA, M. F. B. M.; RASTIER, François. **Semiótica e cultura: dos discursos aos universos construídos**. João Pessoa: Editora Universitária, 2015.
- BARROS, Diana Luz Pessoa de. **Teoria semiótica do texto**. São Paulo: Ática, 1999.
- BÍBLIA SAGRADA. Revista e atualizada no Brasil. Traduzida em português por João Ferreira de Almeida. São Paulo: Sociedade Bíblica do Brasil, 1993.
- BÍBLIA SAGRADA: Edição Pastoral. Paulus, 2014.
- BOLTANSKI, Luc. As dimensões antropológicas do aborto. **Revista Brasileira de Ciência Política**. Brasília, n. 7, p. 205-245, 2012. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-33522012000100010&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 07 fev. 2021.
- BRASIL. Ministério da Educação. **Base nacional comum curricular: ensino médio**. Brasília, DF, 2018. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/docman/abril-2018-pdf/85121-bncc-ensino-medio/file>. Acesso em: 24 abr. 2019.
- CÂMARA, Hélder. **Circulares Interconciliares Volume II – Tomo II**. Companhia Editora de Pernambuco (CEPE), 2015.
- CELAM. **II Conferência Geral do Episcopado Latino-Americano. Conclusões de Medellín**. 1968.
- CLASTRES, Hélène. **Terra sem mal**. São Paulo: Brasiliense, 1978
- CNBB. **Comunicação para a verdade e a paz**. São Paulo: Loyola, 1997.
- CNBB. **Campanha da Fraternidade Eumênica 2001: Texto-Base**. Brasília, Edições CNBB. 2001.

CNBB. **Comunicado mensal da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil**. São Paulo: Editora salesiana 2007

CNBB. **Campanha da Fraternidade Ecumênica 2009: Texto-Base**. Brasília, Edições CNBB. 2009.

CNBB. **Campanha da Fraternidade Ecumênica 2010: Texto-Base**. Brasília, Edições CNBB. 2010.

CNBB. **Campanha da Fraternidade Ecumênica 2011: Texto-Base**. Brasília, Edições CNBB. 2011.

CNBB. **Campanha da Fraternidade Ecumênica 2012: Texto-Base**. Brasília, Edições CNBB. 2012.

CNBB. **Campanha da Fraternidade Ecumênica 2013: Texto-Base**. Brasília, Edições CNBB. 2013.

CNBB. **Campanha da Fraternidade Ecumênica 2015: Texto-Base**. Brasília, Edições CNBB. 2015.

CNBB. **Campanha da Fraternidade Ecumênica 2017: Texto-Base**. Brasília, Edições CNBB. 2017.

CONDINI, Martinho. **Fundamentos para uma educação libertadora: Dom Hélder Camara e Paulo Freire**. Paulus, 2015.

COSTA, Eduard Montgomery Meira. **Anjos: Forças Da Luz, Mensageiros De Deus**. Joinville: Clube dos Autores, 2011.

CORTELLA, Mario Sergio. **Educação, convivência e ética: audácia e esperança**. São Paulo, Cortez, 2015.

CASCUDO, Luís da Câmara. **Prelúdio da cachaça**. São Paulo: Global Editora e Distribuidora Ltda, 2014.

DAMANTE, Hélio. **Fraternidade 77 toca ponto crucial: a casa**. Jornal O Estado de São Paulo: 27 de fevereiro de 1977.

ENGELS, Friedrich. **A origem da família, da propriedade privada e do Estado**. Trad. Leandro Konder. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 1984.

FARIAS, Nivaldo Inojosa de. **Refugiados da Birmânia na Tailândia: da solidariedade na acolhida à criação de políticas públicas**. Dissertação (Mestrado em Gestão Pública e Cooperação Internacional) – Universidade da Paraíba, 2018.

FONTANILLE, Jacques. **Semiótica do discurso**. Tradução de Jean Cristtus Portela. 2ed. São Paulo: Contexto, 2012.

GADALLA, Moustafa. **A Cultura do Antigo Egito Revelada**. Traduzido do inglês por Giro di Parole. Fundação de Pesquisa Tehuti, 2018.

GREIMAS, A. J. **Du sens II: essais sémiotiques**. Paris, Seuil : 1983

GREIMAS, Algirdas Julien; COURTÉS, Joseph. **Dicionário de semiótica**. São Paulo: Contexto, 2011.

GRUDEM, Wayne A. **Teologia Sistemática**. São Paulo: Vida Nova, 1999.

HESÍODO. **Teogonia: A origem dos deuses**. Estudo e Tradução Jaa Torrano. São Paulo: Iluminuras, 2007.

HJELMSLEV, Louis. **Prolegômenos a uma teoria da linguagem**. Tradução J. Teixeira Neto. São Paulo: Perspectiva, 2013.

LIMA, Diógenes da Cunha. **Natal: biografia de uma cidade**. Rio de Janeiro: Lidador, 1999.

LÓTMAN, Iúri M. **La semiosfera I: Semiótica de la cultura y del texto**. Valência: Frónesis Cátedra, p. 23, 1996.

LOTMAN, Iúri M. **Que nos traz uma abordagem semiótica?** In: LÓTMAN, Iúri; USPENSKII, Boris; IVANÓV, V. **Ensaio de Semiótica Soviética**. Horizonte Universitário, 1981.

LUBICH, CHIARA. **Fraternidade na política**. Tradução Iracema Amaral. In: Acta Semiotica et Lingvistica, v. 25, ano 44, n.3, p. 168, 2020.

MACHADO, Irene. **Escola de semiótica: a experiência de Tártu-Moscou para o estudo da cultura**. Ateliê Editorial, 2003.

MACHADO, Irene. **Semiótica aplicada**. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2004.

MARCÍLIO, Maria Luiza. **História social da criança abandonada**. São Paulo: Hucitec, 1998.

MELIÀ, Bartolomeu. “A terra sem mal dos Guarani: Economia e Profecia.” **Revista De Antropologia**, vol. 33, 1990, p. 33–46. Disponível em: www.jstor.org/stable/41616056. Acesso em: 5 mar. 2021.

NIMUENDAJÚ, Curt. **As lendas da criação e destruição do mundo como fundamentos da religião Apapocúva-Guarani**. Tradução de Charlotte Emmerich & Eduardo B. Viveiros de Castro. São Paulo: Hucitec - Edusp, 1987.

NÖTH, Winfried. **Panorama da semiótica: de Platão a Peirce**. São Paulo: Annablume, 1995.

NABUCO, Joaquim. **O Abolicionismo: discursos e conferências abolicionistas**. São Paulo: IPÊ - Instituto Progresso Editorial, 1949.

PAIS, Cidmar Teodoro. Campos conceptuais, campos lexicais, campos semânticos: da cognição à semiose. In: **Cadernos do CNLF, ano VI, n.º 07, VI Congresso Nacional de**

Lingüística e Filologia. Rio de Janeiro: Academia Brasileira de Filologia/Círculo Fluminense de Estudos Filológicos e Lingüísticos/UERJ, 2002. v. 6. p. 72-85.

PAIS, Cidmar Teodoro. Conceptualização, interdiscursividade, arquitexto, arquidiscorso. **Revista Philologus**, v. 8, n. 23, 2002.

PAIS, Cidmar Teodoro. **Conditions sémiotiques et sémantico-syntaxiques de la productivité lexicale et discursive.** Tese (Doutorado em Letras e Ciências Humanas.) – Université de Paris IV (Paris-Sorbonne), U.P. IV, França, 1993.

PAIS, Cidmar Teodoro. Considerações sobre a semiótica das culturas, uma ciência da interpretação: inserção cultural, transcodificações transculturais. **Acta semiotica et lingvistica**, v. 14, n. 1, 2009.

PAIS, Cidmar Teodoro. Elementos para uma tipologia dos Sistemas Semióticos. **Revista brasileira de linguística.** Vol. 6, nº 1, ano 5, 1982.

PAIS, Cidmar Teodoro. Identité et tolérance culturelles dans le cadre de la mondialisation: une approche socio-sémiotique. **Acta Semiotica Et Linguistica Revista Internacional de Semiótica e Lingüística.** São Paulo-SP, v. 7, p. 169-184, 1998.

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica.** Tradução: José Teixeira Coelho Neto. São Paulo: Perspectiva, 2005. Título original: The collected papers.

PILETTI, Nelson; PRAXEDES, Walter. **Dom Hélder Câmara: entre o poder e a profecia. Edição ilustrada.** Editora Atica, 1997.

RASHINKAR, Vinita. **Sri Chakra Yantra: Manifest anything with the symbol of everything.** India: Notion Press, 2019.

RASTIER, François. **Arts et sciences du texte.** Presses universitaires de France, 2001.

RASTIER, François. Des genres à l'intertexte. **Cahiers de praxématique**, nº33, 1999.

RASTIER, François. De la sémantique structurale à la sémiotique des cultures. **Actes Semiotiques**, nº 120, 2017.

RASTIER, François. Sémiotique et sciences de la culture. In: **Acta Semiótica et Linguística**, v. 14, Ano 33, p. 31-57, 2009.

RASTIER, François. **Ação e sentido por uma semiótica das culturas.** Tradução: Maria de Fátima Barbosa de Mesquita Batista. João Pessoa: Ideia/Editora Universitária, 2010.

RASTIER, François; BOUQUET, Simon (Orgs.) et al. **Une introduction aux sciences de la culture.** Paris: P.U.F, 2002.

SANTAELLA, M. L. **A teoria geral dos signos: semiose e autogeração.** São Paulo: Ática, 1995.

SANTAELLA, M. L. **Semiótica aplicada.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

SANTOS, Christian Fausto Moraes dos; BRACHT, F.; CONCEIÇÃO, Gisele Cristina. **Esta que “é uma das delícias, e mimos desta terra...”: o uso indígena do tabaco (N. rustica e N. tabacum) nos relatos de cronistas, viajantes e filósofos naturais dos séculos XVI e XVII.** Topoi (Rio de Janeiro), v. 14, p. 119-131, 2013.

SIMILI, Ivana Guilherme; BONADIO, Maria Claudia (Ed.). **Histórias do vestir masculino: narrativas de moda, beleza, elegância.** Maringá: EDUEM, 2017.

STRIEDER, Inácio. **A Igreja e a escravidão no Brasil.** In: *Ciência & Trópico*, v. 28, n. 2, 2000.

UEXKÜLL, Jakob Von. **Dos animais e dos homens: digressões pelos seus mundos próprios: Doutrina do Significado.** Tradução: Alberto Candeias e Anibal Garcia Pereira. Lisboa: Livros do Brasil, 1959.

USPENSKII, Borís A. **Sobre a semiótica da arte.** In: LÓTMAN, Iúri; USPENSKII, Boris; IVANÓV, V. **Ensaio de Semiótica Soviética.** Horizonte Universitário, 1981.

VANZELLA, J. A. **Campanha da Fraternidade a igreja do brasil a serviço da vida.** Tese (Doutorado em Teologia) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2009.

VON UEXKÜLL, Thure. **A teoria da Umwelt de Jakob von Uexküll.** *Galáxia. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica.* ISSN 1982-2553, n. 7, 2004.

WHITAKER, Dulce Consuelo Andreatta. O idoso na contemporaneidade: a necessidade de se educar a sociedade para as exigências desse "novo" ator social, titular de direitos. *Cad. CEDES*, Campinas, v. 30, n. 81, p. 179-188, Aug. 2010. Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-32622010000200004&lng=en&nrm=iso>. access on 08 Mar. 2021

SITES CONSULTADOS

IOANNES PAULUS PP. II. **Mensagem do Papa João Paulo II para a campanha da fraternidade 1995 no Brasil.** Vaticano, 1 de mar. de 1995. Disponível em: http://www.vatican.va/content/john-paul-ii/pt/messages/pont_messages/1995/documents/hf_jp-ii_mes_19950301_fraternita-brasile.html. Acesso em: 06 ago. 2018.

JOÃO PAULO II. **Mensagem do Papa João Paulo II aos fiéis brasileiros por ocasião da campanha da fraternidade 1981.** Libreria Editrice Vaticana, 1981. http://www.vatican.va/content/john-paul-ii/pt/speeches/1981/march/documents/hf_jp-ii_spe_19810309_campagna-fraternita.html

JOÃO PAULO II. **Mensagem do Papa João Paulo II para a campanha da fraternidade de 1997.** Disponível em: http://www.vatican.va/content/john-paul-ii/pt/speeches/1997/february/documents/hf_jp-ii_spe_19970214_campagna-fraternita.html

JOÃO PAULO II. Mensagem do papa João Paulo II por ocasião da campanha quaresmal da fraternidade no Brasil. Vaticano, 18 de fevereiro de 1988. Disponível em: http://www.vatican.va/content/john-paul-ii/pt/speeches/1988/february/documents/hf_jp-ii_spe_19880218_quaresima-brasile.html. Acesso em: 15 ago. 2017.

JOÃO PAULO II. Mensagem do Papa João Paulo II à II Sessão Especial das Nações Unidas para o desarmamento. Vaticano, 7 de junho de 1982. Disponível em: http://w2.vatican.va/content/john-paul-ii/pt/messages/pont_messages/1982/documents/hf_jp-ii_mes_19820607_disarmo-onu.html. Acesso em: 01 jul. 2018.

JOÃO PAULO II. Mensagem do Papa João Paulo II para a campanha da fraternidade do brasil 1981. Vaticano, s/d. Disponível em: https://w2.vatican.va/content/john-paul-ii/pt/messages/pont_messages/1981/documents/hf_jp-ii_mes_19810304_fraternita-brasile.html. Acesso em: 01 jul. 2018.

JOÃO PAULO II. Mensagem do Papa João Paulo II por ocasião do início da Campanha da Fraternidade do brasil 1990. Vaticano, 28 de fevereiro de 1990. Disponível em: http://www.vatican.va/content/john-paul-ii/pt/messages/pont_messages/1990/documents/hf_jp-ii_mes_19900228_brasile-fraternita.html. Acesso em: 14 set. 2017.

PAULO VI. Carta Apostólica Octogesima Adveniens. Vaticano, 14 de maio de 1971. Disponível em: http://w2.vatican.va/content/paul-vi/pt/apost_letters/documents/hf_p-vi_apl_19710514_octogesima-adveniens.html. Acesso em: 01 jul. 2018.

PAULO VI. Mensagem de Sua Santidade Papa Paulo VI para a quaresma de 1975. Vaticano, s/d. Disponível em: https://w2.vatican.va/content/paul-vi/pt/messages/lent/documents/hf_p-vi_mes_19750211_lent-1975.html. Acesso em: 01 jul. 2018.

PAULO VI. Mensagem do Papa Paulo VI por ocasião da campanha da fraternidade no brasil 1973. Vaticano, segunda-feira, 12 de março de 1973. Disponível em: https://w2.vatican.va/content/paul-vi/pt/letters/1973/documents/hf_p-vi_let_19730312_fraternita-brasile.html. Acesso em: 01 jul. 2018.

PAULO VI. Mensagem do Papa Paulo VI por ocasião do início da campanha da fraternidade no brasil. Vaticano, segunda-feira, 21 de fevereiro de 1972. Disponível em: https://w2.vatican.va/content/paul-vi/pt/letters/1972/documents/hf_p-vi_let_19720221_fraternita-brasile.html. Acesso em: 01 jul. 2018.

PAULO VI. Radiomensagem do Papa Paulo VI aos brasileiros por ocasião do início da campanha da fraternidade 1971. Vaticano, sábado 27 de fevereiro de 1971. Disponível em: https://w2.vatican.va/content/paul-vi/pt/letters/1971/documents/hf_p-vi_let_19710227_fraternita-brasile.html. Acesso em: 01 jul. 2018.

PAULO VI. Radiomensagem do Santo Padre Paulo VI ao povo brasileiro. Vaticano, Sábado, 14 de fevereiro de 1970. Disponível em: https://w2.vatican.va/content/paul-vi/pt/speeches/1970/documents/hf_p-vi_spe_19700214_popolo-brasiliano.html. Acesso em: 01 jul. 2018.

JORNAIS

ALENCAR, KENNEDY. D. Paulo vai apoiar Fernando Henrique para presidente. **Folha de São Paulo**. São Paulo, Ano 73, n. 23696, 17 fev. 1994. Brasil, p.12).

ALMEIDA, LUCIANO MENDES DE. A Fraternidade e os excluídos. **Folha de São Paulo**. São Paulo, Ano 75, n. 24069, 25 fev. 1995. Opinião, p. A2.

ALMEIDA, LUCIANO MENDES DE. Campanha da Fraternidade. **Folha de São Paulo**. São Paulo, Ano 67, n. 21143, 21 fev. 1987. Opinião, p. A2.

ALMEIDA, LUCIANO MENDES DE. Campanha da Fraternidade. **Folha de São Paulo**. São Paulo, Ano 68, n. 21850, 28 jan. 1989. Opinião, p. A2.

ALMEIDA, LUCIANO MENDES DE. Campanha da Fraternidade. **Folha de São Paulo**. São Paulo, Ano 70, n. 22592, 09 fev. 1991. Opinião, p. A2.

ALMEIDA, D. LUCIANO. **Fraternidade e povos indígenas**. Folha de São Paulo. São Paulo, Ano 82, n. 26624, 23 fev. 2002. Opinião, p.A2.

ALMEIDA, LUCIANO MENDES DE. Meninos sem Família. **Folha de São Paulo**. São Paulo, Ano 71, n. 22956, 08 fev. 1992. Opinião, p. A2.

AZEVEDO, Dermi. Jornal da CNBB causa divisão entre os bispos. **Folha de São Paulo**. São Paulo. Ano 68, n. 21827, 05 jan. 1989. Política, p. A4.

AZEVEDO, Dermi. Jornal da CNBB causa divisão entre os bispos. **Folha de São Paulo**. São Paulo. Ano 68, n. 21827, 05 jan. 1989. Cidades, p. C5.

BETTO, Frei. A Igreja contra o desemprego. **O Estado de São Paulo**. Ano 120, n. 38446, 10 fev. 1999. Espaço Aberto, p.A2.

ESTADÃO. **Campanha da Fraternidade reúne 4 mil na Catedral da Sé**. Ano 114, n.36289, 25 de fev. 1993. Religião, p. 12.

HUMMES, D. CLÁUDIO. A Igreja na América. **O Estado de São Paulo**. Ano 120, n. 38446, 10 fev. 1999. Espaço Aberto, p. 2.

SAMPAIO, FERNANDO. Campanha da Fraternidade vai defender diálogo com a juventude. **O Estado de São Paulo**. Ano 113, n. 35932, 5 mar. 1992. Religião, p.12.