

“Quanto mais santidade melhor”: campanhas midiáticas de pureza sexual (1990-2010)

“The more Sanctity you have, the better”: mediatic campaigns for sexual purity (1990-2010)

Karina Kosicki BELLOTTI¹



0000-0002-5353-8432

Resumo

O objetivo deste artigo é discutir as linguagens midiáticas digitais usadas pela campanha de abstinência sexual “Eu Escolhi Esperar” nos anos 2010. Para tanto, o estudo relaciona a campanha a um painel histórico de atuação do cristianismo na promoção da castidade, na segunda metade do século XX, no Brasil pós-revolução sexual. Além disso, o artigo discorre sobre campanhas de pureza sexual norte-americanas nos anos 1990 e 2000, relacionando-as com as mensagens e as linguagens empregadas pelo “Eu Escolhi Esperar” no Brasil, a partir de 2011. Pergunta-se: Nos dias atuais, o que explica a existência e a popularidade de iniciativas que promovem a castidade e a pureza sexual? Como as linguagens digitais são usadas pela campanha “Eu Escolhi Esperar” no Brasil? De que maneira ela se compara com outras iniciativas já existentes no Brasil e nos Estados Unidos? Embora “Eu Escolhi Esperar” empregue os mesmos textos bíblicos e as mesmas lições de outras iniciativas, observa-se que a linguagem usada para engajar o público-alvo ajuda a explicar a atração exercida sobre a juventude brasileira.

Palavras-chave: Castidade. Mídia digital. Mídia evangélica. Sexualidade.

Abstract

The aim of this article is to discuss the digital media languages used by the sexual abstinence campaign named “Eu Escolhi Esperar” [I Chose to Wait] in the 2010s. This study relates such campaign to a history of the Christianity regarding the promotion of chastity in the second half of the 20th Century in Brazil, after the sexual revolution. In addition, the article discusses North-American campaigns for sexual purity in the 1990s and 2000s, and relates them to the messages and languages used by the “I Chose to Wait” campaign in Brazil by 2011. Nowadays, it is questioned what explains the existence and the popularity of initiatives that promote chastity and sexual purity? How are the digital languages being used by the “I Chose to Wait” campaign in Brazil? In which ways does it compare with other existing initiatives in Brazil and USA? Although “I Chose to Wait” uses the same biblical texts and lessons of other chastity campaigns, it was observed that the language used to address and engage its audience helps to explain the attraction they exert on Brazilian youth.

Keywords: Chastity. Digital media. Evangelical media. Sexuality.

¹ Universidade Federal do Paraná, Departamento de História, Programa de Pós-Graduação em História. R. General Carneiro, 460, 6º andar, Centro, 80060-150, Curitiba, PR, Brasil. E-mail: <karinakbellotti@gmail.com>.



Introdução

“Quanto mais santidade melhor” é o *slogan* de um adesivo de carro vendido no *site* da campanha de abstinência sexual brasileira “Eu Escolhi Esperar”. A frase se encontra na figura de uma embalagem de lata de Coca-Cola Zero, à semelhança da campanha feita pela marca de refrigerante em 2013 – “Quanto mais zero, melhor”. Tal frase contrasta com o contexto da pós-revolução sexual ocorrida na segunda metade do século XX. Com o maior (ainda que desigual) acesso a meios contraceptivos e a maior luta de mulheres, homossexuais, bissexuais e transgêneros por igualdade de direitos, chegou-se ao início do século XXI com um cenário de maior liberdade de expressão e vivência sexuais, se comparado com o início do século XX. Em meio a esse cenário, nos últimos anos despontaram no Brasil ministérios evangélicos de promoção da castidade e da pureza sexual, tais como a campanha “Eu Escolhi Esperar”, do casal de pastores Nelson Pinto Ferreira Neto Junior (mais conhecido como Nelson Junior) e Angela Cristina, com grande contingente de seguidores nas redes sociais.

A campanha possui cerca de 3 milhões de seguidores no *Facebook* (rede social multimídia), 2 milhões no *Instagram* (rede social multimídia, com grande foco na divulgação de imagens), 882 mil no *Twitter* (rede social com predominância de textos curtos, de até 280 caracteres) e 991 mil assinantes no seu canal no *Youtube* (plataforma de vídeos). São números expressivos para uma iniciativa que começou em 2011 e que prega um comportamento que vai na contramão da liberação sexual: abster-se de relações sexuais e de contatos íntimos até o casamento, com o aconselhamento dos pastores pelas redes sociais, pela sua literatura e suas palestras.

Tendo em vista o tema central deste dossiê – Religião e Linguagens –, e considerando a popularidade crescente desse ministério, este artigo analisa a atuação do “Eu Escolhi Esperar” (EEE) nas mídias digitais, a fim de observar quais as formas de comunicação escolhidas pelo casal de pastores para promover a castidade e a pureza sexual, dirigindo-se ao público jovem solteiro, adulto solteiro e casado. Para realizar esta análise, inseriu-se o EEE em um histórico de ministérios e iniciativas de promoção da castidade no meio evangélico, tanto no Brasil quanto nos Estados Unidos. Enquanto no Brasil essas iniciativas sempre tiveram espaço, em geral, na mídia impressa, nos Estados Unidos observa-se um uso mais intenso de diferentes linguagens para se comunicar com os jovens e incentivar demonstrações públicas de adesão a campanhas de pureza sexual.

Dessa forma, o objetivo deste estudo é discutir as linguagens usadas pelo “Eu Escolhi Esperar” para oferecer aconselhamento sobre sexo e relacionamento amoroso para solteiros e casados. Em um período pós-revolução sexual, o que explica a existência e a popularidade de iniciativas que promovem a castidade e a pureza sexual? Como as linguagens digitais atuam para promover o ministério EEE no Brasil? De que maneira ele se relaciona com iniciativas já existentes no Brasil e nos Estados Unidos (EUA)? Quais os seus diferenciais? Embora use os mesmos textos bíblicos e as mesmas lições de outras iniciativas, a linguagem usada pelo EEE para se dirigir ao público-alvo e engajá-lo, ajudaria a explicar a atração que o ministério possui entre os cristãos.

Os materiais analisados foram as mídias produzidas entre 2016 e 2019, sendo dedicada maior atenção na análise das postagens de *Instagram*, por ser esse o segundo veículo com maior número de seguidores nas redes sociais. Ainda que o *Facebook* possua cerca de 3 milhões de seguidores da página do EEE, muitas dessas publicações são as mesmas encontradas no *Instagram* – e é nesta última rede que se observa maior repercussão das postagens. Também será feita análise de vídeos divulgados no *YouTube*², outro canal de grande adesão.

² O canal possui 269 vídeos, contabilizados até 28 de fevereiro de 2019. Devido a essa grande quantidade, os vídeos merecem uma outra análise. Ver: <<https://www.youtube.com/user/euescolhiesperar>>.

A metodologia empregada segue a análise iconológica e iconográfica sugerida por Burke (2004) em “Testemunha ocular”, consistente em analisar os aspectos visuais de documentos iconográficos a partir não somente dos elementos que os constituem, mas também a partir dos contextos sociais em que são produzidos e em que circulam, tendo em vista seu público-alvo, buscando uma amostragem significativa, por se tratar de produção em massa.

Também levam-se em conta as considerações de Briggs e Burke (2006) na análise da mídia como um sistema social de comunicação, inserido em contextos históricos específicos, cujo funcionamento deve ser observado na análise das produções midiáticas. Ao avaliarem mensagens midiáticas, esses autores sugerem seguir as perguntas de Harold Lasswell (BRIGGS; BURKE, 2006): quem produz o quê para quem, com qual objetivo e por quais meios. Essas perguntas também se encaixam no que os historiadores consideram como análise de fontes ou documentos primários, a fim de contextualizar os materiais de análise nos seus contextos e meios de produção, difusão e recepção ou consumo.

Por fim, como se trata em grande parte de materiais das mídias digitais, também é levado em conta o trabalho de Jenkins, Ford e Green (2014), “Cultura da conexão”, em que se trabalha com a noção de mídia propagável. Segundo essa concepção, com o advento das mídias digitais, a comunicação passa a ser multinodal, sendo produzida e propagada por uma grande diversidade de atores sociais, diferente do sentido unidirecional que as mídias tradicionais (televisão, rádio, imprensa escrita) conferiam à comunicação. Isso não quer dizer que as mídias tradicionais não permitissem diferentes tipos de leituras e recepções dos seus produtos – tal realidade foi constatada pelos Estudos Culturais desde os anos 1960. E também não significa que as mídias digitais deem voz a todos, pois sua propagação está ligada à distribuição desigual de acesso à *Internet* e aos conteúdos disponíveis na ciberesfera. Embora este estudo não enfatize a recepção dos materiais produzidos pelo EEE no *YouTube* e no *Instagram*, serão pontuados alguns exemplos a fim de mostrar como determinados temas suscitam a participação dos seguidores na *Internet*.

Este artigo se divide em duas partes: a primeira traz um histórico da relação entre sexualidade e cristianismo, com ênfase em iniciativas de promoção da castidade, no Brasil e nos Estados Unidos, na segunda metade do século XX. Será discutido como a partir dos anos 1990 a castidade foi “re-emballada” como pureza sexual, enfatizando o valor positivo do compromisso com a abstinência, a ser recompensada com o bom sexo no casamento. A segunda parte analisa os materiais midiáticos produzidos pela campanha “Eu Escolhi Esperar”, com foco maior das postagens no *Instagram*, entre 2016 e 2019, a partir das seguintes temáticas: a apresentação do propósito da campanha; as representações de mulheres e homens; a valorização da autoestima e o uso do humor nas postagens – este é um dos grandes diferenciais da campanha, e que explica parte de sua atração perante o público jovem brasileiro.

“É melhor casar do que viver abrasado” – Cristianismo e Sexualidade

A preocupação com a conduta sexual dos cristãos existe desde o início da estruturação da Igreja cristã, estando presente nos textos paulinos, como a Carta aos Efésios, com recomendações para os cônjuges, e a Primeira Carta aos Coríntios:

E isto vos digo como concessão e não por mandamento. Quero que todos os homens sejam tais como também eu sou; no entanto, cada um tem de Deus o seu próprio dom; um, na verdade, de um modo; outro, de outro. E aos solteiros e viúvos digo que lhes seria bom se permanecessem no estado em que também eu vivo. Caso, porém, não se dominem, que se casem; porque é melhor casar do que viver abrasado (I *Coríntios* 7: 6-9).

Ao longo da Idade Média, a Igreja estabeleceu regulamentações acerca do celibato clerical e transformou o casamento em sacramento. Este artigo não discutirá esta longa história, mas é importante ter em mente determinados marcos da história cristã no que se refere à sexualidade para compreender o arcabouço cultural e teológico dos recentes – e nada novos –, aconselhamentos para solteiros e casados.

O modelo de relacionamento sexual defendido pelas igrejas cristãs sempre foi, para usar termos atuais, heterossexual e monogâmico, para constituição de uma família. Durante boa parte da história cristã, o sexo foi mal visto pela Igreja, devendo idealmente ser evitado, a fim de privilegiar uma vida de santidade, distante das tentações carnis (BROWN, 1990). Somente a partir do século XII a Igreja mudou sua visão em relação ao sexo, santificando-o dentro da instituição do casamento. Durante a longa história do cristianismo, as mulheres foram tratadas pela Igreja como fonte de tentação sexual para os homens (VAINFAS, 1992).

No século XIX, o sexo foi objeto de normatização da ciência médica, não sem alguma influência do imaginário cristão na concepção moderna dos papéis de gênero e sexo, mediante a manutenção de uma sexualidade considerada sadia para a preservação da sociedade. Ou seja, nessa perspectiva, os homens possuiriam impulsos sexuais naturais, enquanto as mulheres ditas normais seriam passivas, sem desejos nem impulsos sexuais (VAINFAS, 1992; DANTAS, 2010). Qualquer comportamento fora desse padrão era considerado anormal pela medicina, tal como a pederastia (posteriormente nomeada homossexualidade, no século XX) e a ninfomania. Igrejas cristãs – católica e protestantes –, Medicina e mesmo o Direito convergiram para defender um modelo familiar (nuclear) e sexual (heterossexual) como base para preservar a nação.

Tal modelo foi questionado pela revolução sexual dos anos 1960 e 1970, com a difusão da pílula anticoncepcional, as lutas feministas, as práticas de liberação sexual de homens e principalmente de mulheres, além das lutas por direitos civis de grupos de gays, lésbicas, transgêneros e bissexuais. Como ficariam, então, as igrejas cristãs em meio a esse turbilhão cultural?

Tanto a Igreja Católica quanto as igrejas evangélicas continuam a defender a heterossexualidade como norma, atribuindo a homens e mulheres o papel designado por Deus desde a criação. Isto é, segundo o relato do livro de Gênesis, o homem foi criado à imagem e à semelhança de Deus, que depois lhe criou uma auxiliadora, a mulher. Essa visão estabelece papéis de gênero diferentes para homens e mulheres, segundo seu sexo biológico. Porém, a atuação da segunda onda do feminismo, a partir dos anos 1960, desperta entre os cristãos um alarme contra a emancipação feminina. Em um contexto de reivindicação feminina por igualdade de direitos, os discursos cristãos apontavam o erro do desafio à ordem natural da criação.

Com a liberação sexual a partir dos anos 1960 e 1970, a juventude ocidental encontrou maior facilidade para praticar sexo, seja dentro do namoro, seja casualmente. Manuais de orientação ao namoro e de educação sexual produzidos por organismos paraeclesiásticos evangélicos e por pastores tinham a preocupação de orientar a mocidade cristã para não se perder em meio às facilidades e tentações do “mundo”. No Brasil, o pastor norte-americano Jaime Kemp é conhecido no meio evangélico por seu trabalho de orientação de jovens e famílias desde os anos 1970³. Livros de orientação sexual sempre existiram nos catálogos das principais editoras evangélicas, com o intuito de educar para uma sexualidade saudável – isto é, exercida dentro do casamento. Publicações de periódicos para jovens também visavam cumprir esse papel, alertando sempre para os perigos das condutas inadequadas da sexualidade: a masturbação solitária ou mútua, o consumo de pornografia, as carícias ardentes e o sexo antes do

³ Para maiores informações, ver o *site* da Associação Lar Cristão, fundada por Kemp em 1998. Disponível em: <<http://www.larcrisiao.com.br/dr-jaime-kemp/>>. Acesso em: 26 fev. 2019.

casamento. Tudo isso traria infelicidade e culpa aos jovens, que poderiam nunca desfrutar do verdadeiro sentido do sexo, tal como criado por Deus para homens e mulheres.

Em trabalho anterior, a autora deste artigo analisou esses discursos, em livros publicados pela Editora Cultura Cristã (Casa Publicadora Presbiteriana). Boa parte dos livros foi escrita por autores norte-americanos nos anos 1990, sendo traduzidos para o português entre o final daquela década e o início dos anos 2000. Em todos, o sexo era retratado como uma dádiva de Deus para a humanidade dentro do contexto do casamento, não se restringindo somente aos fins reprodutivos, mas à expressão de intimidade e de amor do casal. O prazer deveria ser explorado pelo casal, dentro dos limites determinados por Deus para a sexualidade humana, e em comum acordo entre os cônjuges (BELLOTTI, 2005).

As recomendações mais comuns nessas publicações são: o namoro não pode ser leviano e promíscuo, com carícias que excitam a ponto de levar à relação sexual precoce. Por isso, é importante que cada jovem saiba cultivar uma “autoimagem equilibrada” e que saiba se relacionar com seus amigos, com seus pais e com Deus de maneira a se fortalecer emocional e espiritualmente, segundo Kemp (2009). Os jovens devem saber lidar com as pressões do mundo moderno, que não comunga dos valores cristãos e empurra os jovens não somente para o sexo, mas também para o materialismo e o individualismo egoísta. Ou seja, não basta dizer “não” ao sexo antes do casamento, é preciso ter autoconhecimento e saber o propósito do casamento.

Outros livros investem em um tom mais dramático sobre sexo e namoro – é o caso de “O mito do sexo seguro”, de Ankerberg e Weldon (1997), escrito no início dos anos 1990 nos EUA. Como o título indica, os autores argumentam que nenhum método contraceptivo e de prevenção a Doenças Sexualmente Transmissíveis (DST) oferece 100% de proteção. Escrito sob o impacto da crescente epidemia de AIDS (Síndrome da Imuno-Deficiência Adquirida), quando a doença ainda oferecia uma alta mortalidade, o livro sugeria a abstinência sexual e o namoro supervisionado – ou corte –, evitando qualquer contato físico inapropriado entre os namorados. Os autores ainda narram diversos casos de terríveis consequências para jovens que ousaram fazer sexo ou ter qualquer tipo de contato íntimo antes do casamento – desde DST até suicídio, causado por culpa.

Esses são alguns exemplos de escritos que ainda podem ser encontrados em livrarias, remanescentes de uma época em que os meios de comunicação não eram muito diversificados, e aqueles que abordavam essas questões específicas eram mais escassos, seja no ambiente secular, seja no religioso. Porém, uma campanha mais aberta para incentivar a castidade, preocupada em usar uma linguagem mais próxima da realidade dos jovens, ganha corpo em meados dos anos 1990 nos Estados Unidos. Ela não estabelece uma influência direta no Brasil – se não pelo exemplo de algumas celebridades juvenis que aderiram à campanha, como os Jonas Brothers –, mas vale a pena analisar esse fenômeno, em razão das semelhanças que ele possui com a campanha “Eu Escolhi Esperar”. São as campanhas de abstinência sexual “*True Love Waits*” (O Verdadeiro Amor Espera) e “*Silver Ring Thing*” (O Negócio do Anel Prateado).

Gardner (2011) analisou o histórico das campanhas de abstinência sexual nos Estados Unidos, dos anos 1990 aos 2000. Desde os anos 1970, a Direita Cristã daquele país ganha força com o apoio de pautas morais, visando regular a educação, o entretenimento e a sexualidade por meio da defesa dos chamados “valores familiares” (KINTZ; LESAGE, 1998), que possuem um peso nessas iniciativas nos anos 1980 e 1990.

As campanhas que pregavam abstinência sexual para os jovens ganharam força com a epidemia de AIDS nos anos 1980, juntamente com a ascensão de governos conservadores (Ronald Reagan, 1981-1989 e George Bush, 1989-1993), que contaram com apoio de evangélicos fundamentalistas. Já em 1981, o

governo americano repassou financiamento para campanhas de educação sexual em escolas públicas que promovessem a abstinência. Esse financiamento perdura até hoje, com maior ou menor destino de recursos federais conforme a administração federal. Por exemplo, durante o governo de George W. Bush (2001-2009), também apoiado por grupos fundamentalistas, campanhas que incentivavam somente a abstinência sexual ganharam mais verbas do que organizações que promoviam as duas formas de prevenção. Já no governo de Barack Obama (2009-2017), esses programas tiveram menos recursos do que aqueles que apresentavam diferentes formas de prevenção a DST e gravidez.

Uma divisão importante identificada por Gardner na abordagem da castidade, e que explicaria sua popularidade a partir dos anos 1990, é a mudança de sentido para abstinência sexual nos EUA. Em analogia com a campanha contra drogas liderada pela primeira-dama Nancy Reagan, "*Just Say No*" (Diga Não [às drogas]), o tom das campanhas que pregavam a castidade enfatizava os efeitos deletérios do sexo praticado antes do "tempo certo", isto é, do casamento: DST, dentre as quais a AIDS, além da gravidez indesejada e da interrupção de sonhos juvenis para se dedicar à criação de uma família. A partir dos anos 1990, esse tom muda – "*Just Say Yes!*": Diga sim –, sim ao sexo, no contexto do casamento. A predominância do tom dramático e condenatório do sexo antes do casamento é encontrada em parte dos materiais que também existiam no Brasil.

O tom positivo que retrata o sexo como dádiva para o casal também é encontrado na campanha "Eu Escolhi Esperar"; porém, os efeitos ruins das más escolhas não deixam de ser ressaltados tanto nos ministérios americanos quanto nos brasileiros. A diferença é que os ministérios mais recentes tornaram a castidade atrativa, ao reabilitarem o imaginário do conto de fadas, de príncipes e princesas cujo esforço para se manter íntegro/a é encorajado por demonstrações públicas de virgindade. A castidade, ao ser transformada em pureza, perde a conotação negativa e repressora, e torna-se motivo de orgulho para muitos jovens (GARDNER, 2011).

Uma das campanhas americanas mais populares foi "*True Love Waits*" (O Verdadeiro Amor Espera), um ministério iniciado em 1993 ligado à *LifeWay Christian Resources*, pertencente à Convenção Batista do Sul. Sua estratégia de incentivo à castidade envolvia reuniões em grandes estádios, com shows de artistas jovens cristãos comprometidos com a causa, além de testemunhos de jovens que escolheram a abstinência. Nas reuniões, os jovens que se comprometiam com a pureza liam um juramento e recebiam um anel prateado, com a inscrição *True Love Waits*, que seria dado ao cônjuge no dia do casamento. Os eventos de *True Love Waits* lotaram estádios com milhares de jovens entre o final dos anos 1990 e início dos anos 2000. Porém, em 2014 ele deixou de atuar, possuindo somente material instrucional vendido na *Internet*⁴.

Outra campanha de sucesso, "*Silver Ring Thing*"⁵ (O Negócio do Anel Prateado, em tradução livre), iniciou-se em 1996 com outro formato – voltada também para os jovens, sua proposta sempre almejou alcançar grupos menores de pessoas. Esse ministério chegou a receber verba federal nos anos 1990 para promover campanhas de abstinência em escolas públicas. Suas reuniões assemelham-se a baladas, com encenação de quadros humorísticos que satirizam situações do cotidiano dos jovens cristãos, além de números musicais e testemunhos de jovens virgens e de jovens que tiveram relações sexuais, mas decidiram se comprometer novamente com a abstinência até o casamento.

Esta é uma outra novidade que diferencia as campanhas antigas de abstinência sexual em relação às campanhas recentes – é possível ter sua virgindade restaurada, caso o/a jovem se arrependa de ter

⁴ Ver *True Love Waits*. Disponível em: <<https://www.lifeway.com/en/product-family/true-love-waits>>. Acesso em: 26 fev. 2019.

⁵ Ele ainda possui uma página na *Internet* com materiais instrucionais para líderes de igrejas e jovens que queiram fortalecer seu compromisso com a pureza sexual. Para maiores informações sobre essa campanha, ver o *site*: <<https://www.silverringthing.com/>>. Acesso em: 26 de fev. 2019.

feito sexo antes do casamento e decida assumir novo compromisso com a pureza sexual. A restauração sexual faz parte da restauração completa do jovem que decide se converter ou reafirmar seu compromisso com Cristo após um período de desvio. As narrativas dessas campanhas são marcadas pelo imaginário do conto de fadas: a de que a mulher é uma princesa a ser encontrada por um príncipe, para juntos viverem felizes para sempre – caso ambos obedeçam às leis divinas. A espera sempre é recompensada com o casamento, pois para cada mulher existe um parceiro preparado por Deus para compartilhar sua vida.

Nos Estados Unidos, os grandes encontros perderam público ao longo dos anos 2000, e o movimento se enfraqueceu. “*Silver Ring Thing*” continua ativo, atendendo grupos pequenos. O uso da comunicação por esses grupos, criados todos antes da popularização da *Internet* e das redes sociais, concentrou-se na publicação de livros, venda de camisetas, anéis de compromisso e pulseiras, além da manutenção de páginas na *Internet* e nas principais redes sociais, ainda que com adesão mais modesta se comparada com os números de “Eu Escolhi Esperar”. Muito da relação entre esses programas e seu público se dá em encontros presenciais, *podcasts* e publicações impressas⁶.

Já no Brasil a campanha “Eu Escolhi Esperar” possui uma crescente popularidade, mensurável pelo engajamento que tem conquistado nas redes sociais. Se as campanhas americanas atualmente angariam a simpatia de poucos milhares de seguidores, no Brasil o casal Nelson e Angela arregimentam milhões de seguidores nas redes sociais, assim como sua agenda de palestras inclui preleções em várias cidades brasileiras e do exterior – Estados Unidos, França, Israel⁷.

O conteúdo das mensagens é muito semelhante ao que foi percorrido nesta seção, mas a forma de se divulgá-las é muito diferente. Pode-se perguntar se as linguagens empregadas atualmente explicam o sucesso desse ministério no Brasil. Se os ministérios americanos usassem as redes sociais como o EEE, poderiam eles ser mais populares? Esse tipo de pergunta pressupõe que o sucesso de uma mídia estaria ligado à forma como ela se comunica com seu público-alvo, descartando-se uma série de fatores, comunicacionais ou não, envolvidos nessa comunicação. Observa-se que, nos EUA, havia um contexto social, político e de saúde pública que favoreceu a expansão da mensagem de abstinência sexual e, nesse sentido, as campanhas foram bem-sucedidas nas linguagens empregadas para engajar os jovens. No Brasil, também existe um contexto favorável à popularização dessa mensagem, que é entregue em uma embalagem afinada com a cultura pop juvenil.

“Eu Escolhi Esperar” curtindo o *Instagram*

A campanha “Eu Escolhi Esperar” (EEE) foi criada em 2011 pelo casal de pastores capixabas Nelson Junior e Angela Cristina, ligados à Base *Church*. Com menos de dez anos, a campanha EEE tem angariado popularidade entre católicos e evangélicos, por meio de uma estratégia multicomunicacional. Além da publicação dos livros “Eu Escolhi Esperar”, em 2015 e “Eu Escolhi Mudar”, em 2018, dentre outros (FERREIRA NETO JUNIOR, 2015, 2018), o casal mantém-se ativo nas redes sociais, com uma linguagem ágil, descomplicada, bem-humorada e direta.

Para este artigo, parte desta produção foi analisada, com foco maior nas postagens de *Instagram* de 2016 a 2019, além de vídeos disponíveis no canal do EEE no *YouTube* e em textos no site da campanha. Por questões de espaço e restrições deste periódico à reprodução de imagens, não serão reproduzidas no corpo do texto as imagens analisadas, mas seus *links* encontram-se disponíveis nas Referências. Alguns

⁶ O “*Silver Ring Thing*” possui 29.251 seguidores no *Facebook*; 7.913 no *Instagram*, 1.006 inscritos no *YouTube* e 2.681 seguidores no *Twitter*. Dados coletados em 22 fev. 2019.

⁷ Ver a página da campanha na *Internet* Disponível em: <<http://www.euescolhiesperar.com/>>. Acesso em 28 fev. 2019.

temas se destacaram por sua recorrência: o propósito da campanha, as representações das mulheres e dos homens, o incentivo ao fortalecimento da autoestima, e o uso do humor da *Internet* (memes e virais)⁸. As postagens do *Instagram* são sempre uma imagem (que pode ser uma foto, um desenho, ou mesmo um fundo colorido com uma frase curta, sem qualquer ilustração) e opcionalmente um texto do perfil, comentando a imagem que postou.

Sobre o propósito da campanha “Eu Escolhi Esperar”, o pastor Nelson afirmou no *Instagram*, em postagem de 15 de janeiro 2018, em texto acompanhado da mensagem em fundo preto “Se você escolheu esperar mas está pesado – Você está fazendo a coisa certa da maneira errada”:

[...] #EuEscolhiEsperar é uma campanha cristã de preservação sexual que visa fortalecer e encorajar as pessoas a viverem uma vida de pureza sexual e integridade emocional. Escolher esperar não é esperar pelo ‘amor da sua vida’. Se você esperar por uma pessoa você cansa mesmo. Ninguém gosta de esperar por nada na vida. Não confunda esperar com criar expectativas ou alimentar fantasias. Escolher Esperar não é ficar parado aguardando ‘um grande amor’, não é esperar UMA pessoa, mas é esperar NA PESSOA de Deus. É entender que há um tempo determinado para tudo, é não perder tempo da sua vida fazendo escolhas erradas, é ser paciente para não tomar decisões apressadas em qualquer área da vida. Não espere por uma pessoa, espere na PESSOA de Deus! (SE VOCÊ..., 2018, *online*).

Não são poucos os *posts* e os vídeos em que o casal ou o pastor alertam para o fato de o casamento em si não ser a única fonte de realização pessoal. No vídeo “Quer ser feliz? Não se case” (2018), Nelson Júnior afirma que não se pode atribuir a felicidade e a realização pessoal a outra pessoa, pois isso é garantia de fracasso em qualquer relacionamento. Contudo, estabelecer um relacionamento amoroso saudável, nos parâmetros do EEE, é uma meta incentivada pelo ministério. Além de muito aconselhamento para pessoas solteiras não sucumbirem às armadilhas da carência, suas mídias dirigem-se às pessoas solteiras que estão namorando, como deixa claro no *post* de 9 de maio de 2018: “[...] Quando você começa namorar, você entra para o ‘eu escolhi esperar’. [...] Escolher esperar é: guardar-se em santidade até o seu casamento. [...] Um soldado só sai do nosso batalhão, quando vence a guerra pessoal, de chegar puro e santo no seu casamento. Sim, a luta contra o pecado, é uma guerra” (CAPITÃO..., 2018, *online*).

Por isso, o ministério dirige atenção especial para mensagens de fortalecimento da autoestima, independentemente de o interlocutor ser uma pessoa solteira ou de estar em um relacionamento. Prevalece nessas postagens a noção de que é necessário amar primeiro a si própria/o, para cultivar maturidade emocional, e depois se lançar em um relacionamento. Trata-se de uma das ideias mais importantes veiculadas pelo ministério. O fortalecimento da autoestima, do amor próprio, não de maneira individualista ou egoísta, mas de maneira a fazer as pessoas perceberem que, para assumir um relacionamento, precisam se conhecer melhor e se valorizar a ponto de não aceitar qualquer relacionamento, com pessoas que mal conhecem, somente para preencher uma carência emocional.

Boa parte das mensagens encontradas na amostra mostram uma iconografia e uma linguagem escrita dirigidas às mulheres, sobre quem recai a maior pressão social para encontrar um parceiro que as complete. Nesse sentido, é interessante notar que muitas publicações do EEE no *Instagram* apontam para um reforço da autoestima e da valorização do tempo “solitário” como alternativa a relacionamentos precoces, ou com objetivos que não atendem à união desejada por Deus. Tal valorização não se encontra muito em materiais dos ministérios de castidade norte-americanos – ao menos, não nesse tom. Gardner (2011) demonstra que alguns ministérios de castidade nos EUA focam na valorização do papel de princesa

⁸ Há muitos outros temas que não puderam ser aqui abordados, mas que valem um estudo maior: os sentidos que a campanha confere aos relacionamentos, incluindo a própria imagem que o casal passa de si, bem como o pronunciamento em relação a determinados assuntos políticos.

para as moças: são princesas não somente porque estariam destinadas a casar com um “príncipe”, mas principalmente por serem filhas do Rei (Deus)⁹.

Esse imaginário, que implica a valorização da autoestima das mulheres, situa-se em uma realidade ambivalente – ao mesmo tempo que visa preparar mulheres para um casamento santificado, também pode incentivar a “solteirice”. Afinal, “antes só do que mal apaixonada”, como diz uma publicação do *Instagram*, de 7 de junho de 2018 (ANTES..., 2018, *online*). Nas postagens, veem-se imagens que incentivam a autoestima, ilustradas ou por mulheres jovens brancas, não identificadas, como nos dois primeiros *posts*. Estes são acompanhados por texto de promoção do Webnário (seminário *online*) “Como transformar sua vida sentimental”, oferecido em 12 de junho de 2018 (Dia dos Namorados).

Já o *post* de 22 de setembro de 2018 traz fundo de tom rosa, cor associada ao universo feminino, dirigindo-se a uma interlocutora: “Alguém me falou: ‘Você é muito bonita para estar sozinha’. E eu respondi: ‘Não. Eu sou muito incrível para estar com qualquer um’” (ALGUÉM..., 2018, *online*). O *post* também promove no texto o e-book “Sete erros que os solteiros cometem”. Apesar de ressaltar a autoestima, a possibilidade de estar só denota um estado que pode ser superado – sou incrível para estar com qualquer um –, ou seja, mereço estar com alguém tão incrível quanto eu.

A noção de que o estado de solteira não significa solidão está expressa na postagem “Como você vê – Como realmente é” (COMO..., 2018, *online*), tendo num primeiro quadro a imagem de uma moça sozinha, aparentando sofrimento, em posição que também pode ser interpretada como de oração, e, no segundo quadro, “como realmente é”, Jesus está presente com a moça. Em vários *posts* a presença de Deus ou de Jesus é lembrada para aquelas pessoas que veem na solidão um abandono e um motivo de tristeza. Em especial para as pessoas que pensam em desistir não somente do “Eu Escolhi Esperar”, mas desistir de viver na fé, Deus e Jesus são anunciados como a melhor companhia, que nunca decepciona, não trai, não abandona. A imagem desse *post* é emblemática da forma como a solteirice feminina é retratada – é um estado que se pretende ou se espera que seja passageiro; e, mesmo quando se está só, não se está realmente só.

Porém, outro tipo de mulher solteira que existe e aumentou nos últimos anos no Brasil (elas representavam 16,3% das famílias no Brasil em 2015, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, IBGE)¹⁰ – as mulheres solteiras com filhos –, não aparecem na iconografia do EEE. Elas aparecem por vezes nos comentários, interagindo com as postagens, tão esperançosas por se casar com a “pessoa certa” quanto a mulher solteira que nunca se casou e não tem filhos.

Esse tipo de representação não é comum para os homens solteiros, sendo muito menos retratados nas imagens do *Instagram* do EEE. Assim, são poucas as postagens de autoestima para os rapazes – ou que utilizam imagens de homens em conjunto com frases para incentivar a autoestima. Destaca-se a postagem em que um rapaz negro olha para baixo, tendo acima dele a frase “Aquilo que não te acrescenta em nada te fará falta” (AQUILO..., 2018, *online*). Porém, o texto que acompanha o *post* não é dirigido aos homens, mas, sim, ao público em geral, abordando a questão do medo da perda ou do rompimento de um relacionamento que não faz bem a uma pessoa.

Destaca-se aqui uma postagem dirigida aos homens, mostrando uma ilustração de casal vestido como noivos, com a inscrição “Toda mulher precisa de um cara que seja homem o suficiente *para prova-la que nem todos os homens são iguais* [sic]” (TODA..., 2017, *online*, grifo do autor), seguido da divulgação

⁹ Um ministério que reforça essa mensagem é “*Pure Freddom*”, de Dannah Gresh. Maiores informações podem ser encontradas no seu livro “E a noiva vestiu branco” (GRESH, 2018) e no seu *site*. Disponível em: <<https://dannahgresh.com/>>. Acesso em: 28 fev. 2019.

¹⁰ Na reportagem, baseada em dados do IBGE, houve aumento de mais de 1 milhão de famílias chefiadas por mulheres solteiras com filhos, entre 2005 e 2015. Contudo, o percentual desse tipo familiar reduziu em relação às demais configurações familiares existentes, em virtude do crescimento do número de casais sem filhos e de pessoas que moram sozinhas (VELASCO, 2017).

da agenda de seminários presenciais do EEE. Isto é, a prova de virilidade – “ser homem o suficiente” –, é inversa a uma das provas de virilidade na cultura patriarcal brasileira, do homem que tem várias mulheres e não as trata com respeito. Quando se dirige aos homens, a página do EEE incentiva uma masculinidade que desafia o comportamento sexual masculino do “mundo”, pautado na dupla moral que permite a eles a liberdade sexual enquanto a veda às mulheres. Por isso, provar que nem todos os homens são iguais é uma tarefa daqueles que Escolhem Esperar.

Há uma diferença importante na representação de homens e mulheres no *Instagram* do EEE. Além de se encontrarem mais representações sobre mulheres, sejam solteiras ou comprometidas, elas aparecem entre postagens sérias e outras bem-humoradas – estas últimas, a partir de um ponto de vista masculino, que denota o homem e deseja brincar com determinadas características atribuídas às mulheres numa relação: ciumentas, donas da razão, mandonas. Enquanto isso, os homens aparecem como aqueles que obedecem às esposas para seu próprio bem. Elas são postadas propositadamente como humorísticas, acompanhados somente de emojis de riso, ou “kkkkk” (também manifestação de riso na linguagem da *Internet*).

É interessante notar que as características apontadas como motivo de riso são as associadas às mulheres históricas, como na postagem de 25 de agosto de 2017, com um meme do personagem Shrek e seu amigo Burro, em que TPM significa “Te Prepara Mano”, caracterizando a TPM (Tensão pré-menstrual) como período de descontrole hormonal e emocional da mulher, visto pela perspectiva masculina (O QUE..., 2017, *online*). Tal perspectiva é a que predomina também na postagem que mostra uma mulher negra com semblante bravo, e a inscrição “Discutir com uma mulher é como ler um contrato de licença de software – No final você ignora tudo e clica em ‘Eu concordo’”. Isto é, não vale a pena discutir com uma mulher (DISCUTIR..., 2017, *online*).

Adiante será mais abordada a questão do humor na página, mas desde já se aponta que essas demonstrações humorísticas carecem de contrapontos femininos nas postagens. Elas não costumam causar reações negativas e são intercaladas com postagens que trazem as mulheres como pessoas mais inteligentes do que os homens. Por exemplo, nas postagens de 12 de julho de 2018, aparece a imagem de um casal idoso, sob a inscrição: “Você sabia que as mulheres falam em média 30.000 palavras por dia e os homens apenas 15.000?”. Abaixo, o casal conversa por meio de balão de diálogo, em que a mulher explica: “É porque precisamos repetir tudo!”, ao que o homem replica: “O quê?” (VOCÊ..., 2018, *online*). A segunda postagem traz a fotografia de uma mulher com penteado dos anos 1950, falando ao telefone: “Doutor, eu ando me sentindo LINDA e MARAVILHOSA. O que eu tenho?”. E o doutor: “RAZÃO” (DOUTOR..., 2017, *online*).

Destacam-se postagens que trazem representações femininas, em geral com imagens de mulheres jovens. Os *posts* comunicam mensagens de exaltação da autoestima feminina como criação divina, cuja força precisa ser descoberta e cultivada a fim de evitar relacionamentos ou parceiros ruins. Exemplo disso é a postagem “Não aceite migalhas, Deus te fez mulher e não formiga” (NÃO..., 2018, *online*), que traz uma moça branca, retratada da cintura para cima, vestida de blusa amarela, de cabeça baixa, mexendo nos cabelos. Já a figura postada originalmente pelo perfil da pastora Angela – “Existem mulheres fortes e mulheres que ainda não descobriram sua força” –, traz uma ilustração de mulher negra, com cachos soltos, olhando para cima, ativa (EXISTEM..., 2019, *online*).

Já a postagem de 26 de março de 2018 apresenta a figura da mulher que precisa se valorizar como princesa. Segundo Gardner (2011), na narrativa principesca das campanhas americanas de castidade, o sapo não se transforma em príncipe, pois ele é uma cilada que pode comprometer a toda a vida de uma mulher. Assim, a postagem em questão traz a figura da mulher jovem, em trajes que parecem

de noiva – são brancos e esvoaçantes, e seu perfil, de lado, mostra novamente uma cabeça baixa. Nesse caso, a inscrição, atribuída a Cassio Pedrosa, associa a atitude de baixar a cabeça para orar, demonstrando quebrantamento da mulher perante Deus –, o Rei: “Pode baixar a cabeça, princesa. Baixa a cabeça para orar. Você não é princesa por causa da coroa. Você é princesa porque é filha do Rei” (PODE..., 2018, *online*). A frase também pode ser lida como contraponto a uma frase popularizada pela *Internet* em 2018 no Brasil – “Levanta a cabeça, princesa, se não a coroa cai”.

Destaca-se a postagem que traz uma imagem de uma jovem noiva branca, em oração, em que se lê: “Menina, esses dias de espera devem ser de oração, e não de angústias” (MENINA..., 2018, *online*). A postagem aponta para a espera associada ao seu objetivo final – o casamento. Não há, portanto, exaltação a uma solteirice que seja melhor do que estar casado/a. Curioso é o uso do termo “menina” para essa mulher que está na espera, como se a mulher que não se casou ainda não tivesse entrado para a maioridade. De fato, no Brasil, a mulher era vista como relativamente incapaz em relação ao homem até o Estatuto da Mulher Casada (1962), que mudou em parte essa situação. Nas décadas seguintes, o reforço de convenções internacionais fez o país avançar na implementação da igualdade de direitos entre os sexos. Mesmo assim, o imaginário social ainda guarda ecos de uma época em que a mulher permanecia na infância até se casar ou ter sua primeira experiência sexual.

Um terreno mais explorado pelo EEE é o exercício do humor, pois recebe endosso do público pelo extensivo uso de memes e virais na *Internet*, com o intento de abordar de maneira engraçada determinadas tentações enfrentadas por quem escolheu esperar: a carência afetiva e o alto padrão de exigência. Segundo Juracy Oliveira Neta:

[...] os memes da internet são formas peculiares de expressão dos seus autores em uma nova ágora, comentários acerca da própria realidade que se apresenta. Claro que nesses debates sociais, mesmo no caso de assuntos mais densos como a política, os memes tendem a se combinar e recombinar com outros elementos, com outros tópicos, com outros motivos e com outros memes, criando múltiplas camadas de significado e abrindo novas formas de sátira política e social. Ou seja, eles funcionam também como discursos públicos construídos socialmente (OLIVEIRA NETA, 2017, p.4).

Os memes têm sido classificados em tipologias¹¹ de acordo com sua estética e a disposição de seus elementos visuais e textuais, dentre outros parâmetros. Segundo Oliveira Neta (2017, p.11), os memes em geral são “estrutura imagética-textual em frame único que carrega uma qualidade icônica”. No perfil do *Instagram* do EEE percebe-se que aumentou o uso de memes e virais (trechos de vídeos que se propagam de maneira rápida) a partir de 2016. Até então, predominavam as postagens de frases curtas motivacionais ou reflexivas sobre um fundo colorido ou imagem relacionada ao tema da frase. Depois de 2016, os memes para descontrair tornaram-se mais constantes, assim como próprio uso de edição rápida, entrecortada por trechos de virais e memes, nos vídeos do canal *YouTube*. Uma demonstração de participação nos discursos públicos da cultura popular, a partir da visão cristã de quem escolheu esperar.

O uso do humor merece destaque, pois, dentro do meio evangélico brasileiro, ele sempre foi artigo raro. Segundo Franco e Silva (2017), o humor produzido dentro de um grupo religioso pode ter caráter de autocrítica, podendo desagradar determinadas autoridades constituídas, ou mesmo certa simbologia religiosa. Como no Brasil os evangélicos são um grupo religioso minoritário, que durante décadas esteve sob a crítica de católicos e outros grupos sociais e religiosos, dificilmente eles encorajaram expressões de bom humor em suas mídias oficiais.

¹¹ Este artigo não se deterá na classificação dos memes, ficando a sugestão para futuros trabalhos explorarem o universo evangélico brasileiro como local de produção e circulação de memes.

Porém, nos últimos anos, uma geração de jovens evangélicos tem usado o *YouTube* para criar personagens e quadros humorísticos que satirizam a vida cotidiana dos evangélicos, tais como Jonathan Nemer e Pastor Jacinto Manto (interpretado por Vini Rodrigues). Trata-se de um fenômeno novo dentro do círculo evangélico. O riso tem sido produzido e compartilhado por uma geração que está imersa na cultura digital, onde as fronteiras entre a cultura popular secular e a religiosa têm se mostrado mais fluidas, sujeitas a apropriações e propagações por quem é religioso e por quem não é. Até pouco tempo, a cultura evangélica, ainda que composta por uma grande variedade de denominações, durante décadas no Brasil comprometeu-se com o Protestantismo de Reta Doutrina (ALVES, 1979) e proibiu manifestações físicas e de entretenimento entre seus fiéis, vistas como expressões do “mundo”.

Assim, o humor é um grande diferencial do EEE, inclusive para abordar questões mais delicadas, como a vida do próprio casal de pastores, do namoro até sua noite de núpcias. Destacam-se, então, algumas postagens que demonstram quais temas são objeto de riso, e de que forma o perfil EEE faz graça. O primeiro tema é a graça com o tempo da espera – muitos *posts* sérios e textos do site EEE insistem que cada pessoa tem o seu tempo para encontrar alguém para se relacionar da melhor maneira, e é importante respeitar o próprio tempo (não se pressionar e não se comparar com outras pessoas que já casaram, por exemplo) e respeitar o tempo do próximo. Mas de vez em quando surgem postagens que brincam com a perspectiva da espera prolongada demais, como na postagem “Estado Civil: Salmo 70 – Apressa-te ó Deus”, com a foto de Albert Einstein idoso (ESTADO..., 2016, *online*), e na postagem com imagem retirada de cena do filme *Titanic*, famosa em memes com a senhora sobrevivente do naufrágio: “Quando me perguntam quanto tempo estou solteira”, a senhora responde: “Já faz 84 anos”. O comentário dessa postagem é “Tô rindo, de nervoso e orando para Deus mudar nossa sorte” (QUANDO..., 2018, *online*).

Um dos temas recorrentes no EEE são as armadilhas da carência afetiva, que faz muitos jovens sucumbirem a relacionamentos com pessoas decepcionantes. São brincadeiras que o EEE faz com a carência, alertando para o exagero da pessoa carente quando alguém lhe dá alguma atenção. Uma dessas postagens apresenta o personagem do desenho animado *Os Simpsons*, Sr. Burns, conhecido pela avareza, trazendo flores e bombons para aquela pessoa que deu “amei” numa foto do *Facebook* (<https://www.instagram.com/p/BarHCwWDWh7/>). Já o meme da menina loira com corte de cabelo de *mullet* (curto na frente e longo atrás) que também se tornou conhecido – não há muita informação sobre ele, mas pode ser encontrado como “scary mullet girl” (menina assustadora do cabelo com *mullet*). Ela aparece em várias postagens em 2018 e 2019. Numa delas, ela aparece em quatro quadros, em que declara desprezo e depois amor, supostamente em uma visualização de postagem na *Internet* – “Obrigado por me ignorar –, Vc acaba de me fazer perder o interesse em vc – Eita respondeu –, TE AMO”. O comentário do *post* - “O nome disso é carência! De 0 a 5 qual o seu nível [de carência], heim?!” (OBRIGADO..., 2017, *online*).

Uma extensão do tema da carência é a tentação da recaída em relacionamentos que não deram certo – ou seja, fazer o “papel de trouxa”, tema de outros memes do EEE, que também usam figuras conhecidas para satirizar quem está prestes a ceder. A postagem com o meme identificado como ET Crente traz a imagem de um extraterrestre de cabeça grande, boca pequena e olhos grandes, aparentemente muito bravo. A inscrição da imagem, como se o ET falasse: “Nois era trouxa, mas o tempo passou e a vida ensinou nois – e hoje nois é trouxa com experiência [sic]” (NÓIS..., 2019, *online*). Já a postagem com o meme da personagem Dona Hermínia, do comediante Paulo Gustavo: a representação da mãe, com bobes no cabelo e jeito espalhafatoso. Na postagem, a foto de Dona Hermínia se dirigindo para a internauta: “Às vezes Satanás se disfarça de ‘Oi Sumida’ pra testar se você quer ainda ser trouxa” (ÀS VEZES..., 2018, *online*). Ambas as postagens alertam para o perigo da “reincidência” – a fala cheia de

erros de português, imitando uma fala “caipira”, como na figura inusitada do ET, reforça o ridículo de ser “troxa com experiência”. E se o interlocutor do ET pode ser de qualquer sexo, Dona Hermínia fala direto para uma mulher – em outras postagens, o risco de “voltar pro ex” ou dar uma chance a ele é alertado pelos pastores.

O que Oliveira Neta afirmou sobre os memes – como modos de sentir coletivos –, pode ser aplicado também para toda a linguagem usada, “mimetizada” ou “memetizada”, pelo EEE em seu ministério nas redes sociais:

Desse modo, os memes funcionam como modos de sentir coletivos que geram, principalmente, humores e afetividades. Isto se alinha aos fenômenos de contágio que permeiam a cultura digital, isto porque a comunicação atual transmite menos sentidos do que difunde afetos, gerando mesmo o consumo de ambiências emocionais que se espalham de pessoa a pessoa. Nessas micronarrativas predominam, portanto, afetações catárticas que, grosso modo, não tem a obrigatoriedade de se fazerem profundas, mas sim de gerarem associações (OLIVEIRA NETA, 2017, p.13).

Essas linguagens são próximas ao universo dos “*millenials*” (geração que está na adolescência e início da vida adulta, primeira geração que nasceu já sob o signo da *Internet*), mas se popularizaram entre outras faixas etárias que têm familiaridade com a *Internet*. Esses memes também atuam como “sentir coletivo” de um grupo que se vê na contramão da sociedade, e que se fortalece em conjunto em sua batalha contra as tentações da carne. É reconfortante saber que não se está só, fazendo uma opção pública pela virgindade (original ou restaurada), em um contexto em que essa escolha pode render ridicularização aos olhos do “mundo”. A produção diária de conteúdo digital visa incentivar os seguidores a perseverar na fé, ao mesmo tempo que transitam pelo mundo, trazendo imagens da cultura popular digital para serem reapropriadas no meio evangélico.

Trata-se do que a Hendershot (2004, p.11) denominou de “estar no mundo sem ser do mundo”, ao se referir à cultura evangélica voltada para os jovens norte-americanos. Ao consumirem a música cristã contemporânea, muitos jovens evangélicos diziam que o gênero não os fazia se sentirem “alienígenas” dentro da sociedade americana. Eles podiam ser cristãos e compartilharem de uma versão cristã da música pop. Assim, ao seguir o EEE, o seu público pode se sentir parte de um movimento que vai contra tudo o que a liberação sexual pregou no século XX, mas não precisa se sentir como monge ou monja recluso num claustro – os jovens assistem a filmes de super-heróis e desenhos animados, compartilham memes, seguem *youtubers*, e trazem essas referências para o seu universo cristão. Os jovens que escolheram esperar também escolheram participar deste mundo, enxergando-se tanto como sal da terra quanto como criaturas que se divertem, falham, choram, caem e reconhecem suas limitações.

A atuação digital do EEE não deixa de estabelecer as fronteiras entre o que é aceitável e o que não é, dentro da espera pelo sexo no casamento e pelo relacionamento considerado saudável pelos padrões bíblicos. Seu uso do humor também tem limites – não caça de lideranças religiosas nem seculares; não utiliza palavrões nem ataca grupos sociais que não se alinham aos seus valores. Suas marcas identitárias cristãs estão presentes no que se refere aos ditos e interditos no campo dos relacionamentos amorosos e sexuais, dirigindo-se mais às mulheres do que aos homens. Ainda se vê muito um olhar masculino para se dirigir às mulheres – e nem sempre elas concordam com isso.

Um exemplo disso pode ser visto na postagem de 25 de agosto de 2017: “Não adianta você querer o ‘cara’ da música do Roberto Carlos se vc é a ‘mulher’ da música do MC Catra” (NÃO..., 2017, *online*). Ao fundo, uma foto de Marilyn Monroe. A foto de Monroe reforçou para algumas seguidoras da página que se tratava de um recado somente para as mulheres – quem não se dá o valor, não pode querer o “cara” da canção de Roberto Carlos (“Esse cara sou eu”, de 2012), isto é, um romântico que faz tudo

pela amada. Já MC Catra (também conhecido como Mr. Catra) foi um cantor de *funk* conhecido por suas letras de cunho sexual – por isso, ser a mulher da música de Mr. Catra significa assumir um comportamento sexual libidinoso. Ao *post*, seguiu-se uma acalorada discussão sobre machismo nas igrejas e na sociedade, e uma reação contrariada do pastor Nelson, que defendeu sua postagem como uma ironia.

Mas, em meio ao imaginário da princesa que busca por um príncipe, observa-se a valorização da autoestima da “Princesa Filha do Rei”. Se isso faz com que determinadas mulheres tomem gosto pela solteirice, é algo a ser acompanhado conforme o ministério EEE se desenvolve.

Da mesma forma como nos EUA, o contexto social e político dos anos 1980 e 1990 favoreceu a ascensão de campanhas pela castidade. No Brasil, tem-se um contexto sociopolítico importante: o crescimento dos evangélicos, que em 2010 perfaziam 22,2% da população, segundo o Censo (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA, 2010). Sua força política se traduziu no crescimento da bancada evangélica e na recente eleição de Jair Bolsonaro para presidente, em 2018, com forte apoio evangélico e de parcela dos católicos. Vive-se agora um contexto de grande visibilidade de pautas morais e cristãs, como não se via na história brasileira havia muito tempo. Porém, muito antes desses resultados eleitorais, grupos evangélicos vêm se mobilizando na mídia e na política para engajar seus membros no compartilhamento de ideias tradicionais sobre gênero, casamento e família, sendo o EEE uma dessas instâncias de atuação evangélica – mais cultural do que política, no sentido partidário. Muito estudo ainda há de ser feito para se compreender a força de mobilização das redes sociais na comunicação evangélica.

Conclusão

Viu-se neste artigo que os discursos sobre castidade e pureza sexual modificaram-se ao longo da história da cristandade, em especial no final do século XX. Após a revolução sexual dos anos 1960 e 1970, movimentos evangélicos que pregam a castidade passam a defender a pureza sexual, em campanhas voltadas para os jovens, com o uso de linguagens comunicacionais populares, oferecendo certezas e modos de se comportar para um público que vive uma série de batalhas pessoais na definição de sua identidade e sexualidade. As mensagens veiculadas pela campanha “Eu Escolhi Esperar” não são novas – seja porque se baseiam em passagens bíblicas, seja porque seguem uma história de aconselhamento sobre relacionamento amoroso e sexual para a juventude, já trilhada por outros grupos evangélicos. O que se observa neste artigo é que o diferencial dessa campanha, inclusive em relação às iniciativas brasileiras e norte-americanas dos anos 1990 e 2000, anteriores à popularização das mídias digitais, é a forma como essas mensagens são difundidas.

O tom humorístico empregado pelo EEE oferece um espaço de discussão para o público jovem, que se sente à vontade para perguntar ao casal sobre dúvidas a respeito de assuntos que são tabus mesmo fora da igreja. Ministérios como o EEE não estão ligados a nenhuma denominação e circulam pelo meio evangélico – e por vezes católico –, com a proposta de aconselhar como se portar de maneira santificada na vida sentimental e sexual. No caso do EEE, observa-se nos vídeos uma preocupação em abordar o sexo com naturalidade, discutindo interpretações divergentes nas igrejas sobre certas práticas sexuais, como, por exemplo, o sexo oral, que não possui nem interdito nem permissão explícita na Bíblia. Ou ainda, a discussão sobre a corte e sobre o beijo durante o namoro.

Alguns temas não aparecem nas redes sociais. Por exemplo, nem sempre determinadas pessoas escolhem não esperar, como é o caso das vítimas de abuso sexual, por exemplo. As questões da homossexualidade, bissexualidade e transexualidade também não são abordadas. Na visão cristã mais

corrente, elas são consideradas um pecado, um erro que a pessoa comete e que pode ser revertido, como qualquer outro erro, a partir do arrependimento e da conversão a Cristo. No entanto, jovens que tenham dúvidas quanto a sua sexualidade também não possuem muita referência nesses materiais das redes digitais do EEE. As mães que estão solteiras também não aparecem – e por mais que haja poucos pais solteiros, eles também não aparecem na campanha.

É interessante observar o tratamento dado para a frustração da demora na espera – esperar em Deus significa não cobrá-lo, nem estabelecer prazos, nem demandar dele um tipo ideal de parceiro/a. Ao mesmo tempo que está nas mãos de Deus o plano de preparar alguém para casar, está nas mãos da pessoa que escolheu esperar saber esperar “da maneira certa”, para garantir um bom resultado. Em meio a uma espera que pode ser longa – quem sabe, afinal, o tempo de Deus? –, o “Eu Escolhi Esperar” alimenta diariamente, constantemente, na imediatez da velocidade da *Internet*, a esperança de que todo esforço, se corretamente empregado, será recompensado.

Não é prudente fazer qualquer tipo de previsão sobre o andamento do “Eu Escolhi Esperar” – resta acompanhar e convidar outros pesquisadores a explorarem aspectos dessa campanha que não foram abordados aqui por falta de espaço. A reação e a recepção dos seguidores, na seção de comentários das redes sociais do EEE, por exemplo, são uma fonte promissora de estudo sobre as leituras que seu público realiza de si mesmo e de sua realidade, bem como sobre a forma como diferentes linguagens midiáticas atuam no cotidiano de seus consumidores.

Referências

I *CORÍNTIOS*. Português. In: BÍBLIA. Versão João Ferreira de Almeida revista e atualizada. São Paulo: Sociedade Bíblica do Brasil, c2013. Versão *online*. Disponível em: <<http://www.sbb.org.br/conteudo-interativo/pesquisa-da-biblia/>>. Acesso em: 27 fev. 2019.

ALGUÉM me falou: “Você é muito bonita para estar sozinha” [...]. [S.l.], 22 set. 2018. Instagram: @escolhiesperar. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BoA1VM6D1Dj/>>. Acesso em: 5 out 2018.

ALVES, R. *Protestantismo e repressão*. São Paulo: Ática, 1979.

ANKERBERG, J.; WELDON, J. *O Mito do sexo seguro*. São Paulo: Editora Cultura Cristã, 1997.

ANTES só do que mal apaixonada. [S.l.], 7 jun. 2018. Instagram: @escolhiesperar. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BjvbpB1j1E-/>>. Acesso em: 22 fev. 2019.

AQUILO que não te acrescenta em nada te fará falta. [S.l.], 14 set. 2018. Instagram: @escolhiesperar. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BntZHlhjQDq/>>. Acesso em: 26 fev. 2019.

ÀS VEZES Satanás se disfarça de “oi sumida” pra testar se você ainda quer ser trouxa. [S.l.], 3 set. 2018. Instagram: @escolhiesperar. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BnREVeHDuad/>>. Acesso em: 5 out. 2018.

BELLOTTI, K.K. *A mídia presbiteriana no Brasil*: luz para o caminho e editora cultura cristã. São Paulo: Annablume/Fapesp, 2005.

BRIGGS, A.; BURKE, P. *Uma história social da mídia*. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

BROWN, P. *Corpo e sociedade*: o homem, a mulher e a renúncia sexual no início do cristianismo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1990.

BURKE, P. *Testemunha ocular*: história e imagem. Bauru: EdUSC, 2004.

CAPITÃO, perdemos mais um soldado. [S.l.], 9 maio 2018. Instagram: @escolhiesperar. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/Bikt1GDjNRD/>>. Acesso em: 26 fev. 2019.

COMO você vê. Como realmente é. [S.l.], 29 set. 2018. Instagram: @escolhiesperar. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BoVBP5pj9MF/>>. Acesso em: 5 out. 2018.

- DANTAS, B.S.A. Sexualidade, cristianismo e poder. *Estudos e Pesquisas em Psicologia*, ano 10, n.3, p.700-728, 2010.
- DISCUTIR com uma mulher é como ler o contrato de licença de software [...]. [S.l.], 25 set. 2017. Instagram: @escolhiesperar. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BX0ZcwMDkxw/>>. Acesso em: 22 fev. 2019.
- DOUTOR, ando me sentido linda e maravilhosa [...]. [S.l.], 25 set. 2017. Instagram: @escolhiesperar. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BZd-Fd5jofC/>>. Acesso em: 26 fev. 2019.
- ESTADO civil: Salmo 70 “Apressa-te ó Deus”. [S.l.], 4 dez. 2016. Instagram: @escolhiesperar. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BNmQvXIBmP1/>>. Acesso em: 22 fev. 2019.
- EXISTEM mulheres fortes e mulheres que ainda não descobriram sua força. [S.l.], 18 jan. 2019. Instagram: @escolhiesperar. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BsYLf-dB2Qp/>>. Acesso em: 20 fev. 2019.
- FERREIRA NETO JUNIOR, N.P. *Eu Escolhi Esperar*. São Paulo: Mundo Cristão, 2015.
- FERREIRA NETO JUNIOR, N.P. *Eu Escolhi Mudar*. Vila Velha: Editora Eu Escolhi Esperar, 2018.
- FRANCO, J.E.; SILVA, C.I.L. Humor, crítica e autocrítica religiosa: incidências e funcionalidades dos usos do humor na e sobre a Igreja Católica. *Revista Lusófona de Ciência das Religiões*, v.1, n.20, p.225-248, 2017.
- GARDNER, C.J. *Making chastity sexy: The rhetoric of evangelical abstinence campaigns*. Berkeley: University of California Press, 2011.
- GRESH, D. *E a noiva vestiu branco: os 7 segredos da pureza sexual*. 2. ed. São Paulo: Vida Nova, 2018.
- HENDERSHOT, H. *Shaking the world for Jesus: Media and conservative evangelical culture*. Chicago: University of Chicago Press, 2004.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Censo demográfico 2010: características gerais da população, religião e pessoas com deficiência*. Rio de Janeiro: IBGE, 2010.
- JENKINS, H.; GREEN, J.; FORD, S. *Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável*. São Paulo: Aleph, 2014.
- KEMP, J. *Turbulentos anos da adolescência: como ajudar um adolescente a não naufragar na mais crítica fase de sua vida!* São Paulo: Editora Fôlego, 2009.
- KINTZ, L.; LESAGE, J. *Media, culture, and the religious right*. London: University of Minnesota Press, 1998.
- MENINA esses dias de espera, devem ser dias de oração, e não de angústias. [S.l.], 28 out. 2018. Instagram: @escolhiesperar. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BpflmEQBcq6/>>. Acesso em: 15 fev. 2019.
- NÃO aceite migalhas, Deus te fez mulher e não formiga. [S.l.], 30 maio 2018. Instagram: @escolhiesperar. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BjZxEsajyal/>>. Acesso em: 19 fev. 2019.
- NÃO adianta você querer o ‘cara’ da música do Roberto Carlos, se você é a mulher da música do MC Catra. [S.l.], 25 ago. 2017. Instagram: @escolhiesperar. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BYOywe4DoIT/>>. Acesso em: 19 fev. 2019.
- NOIS era troxa, mas o tempo passou e a vida ensinou nois [...]. [S.l.], 6 fev. 2019. Instagram: @escolhiesperar. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/Btii24vhK2-/>>. Acesso em: 19 fev. 2019.
- OBRIGADO por me ignorar, você acaba de me fazer perder o interesse em você [...]. [S.l.], 13 nov. 2017. Instagram: @escolhiesperar. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BbcCEj5DBhR/>>. Acesso em: 21 fev. 2019.
- OLIVEIRA NETA, J.P. Por uma tipologia dos memes da internet. *Revista Discente de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUC-Rio*, v.13, n.2, p.1-15, 2017. Disponível em: <<http://entremeios.com.puc-rio.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=106&sid=19>>. Acesso em: 20 fev. 2019.
- O QUE significa TPM? Significa: Te prepara mano! [S.l.], 25 ago. 2017. Instagram: @escolhiesperar. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BYOJSlnj1OX/>>. Acesso em: 22 fev. 2019.
- PODE baixar a cabeça, princesa. Baixa a cabeça para orar. Você não é [...]. [S.l.], 26 mar. 2018. Instagram: @escolhiesperar. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BgyZfmeDdG3/>>. Acesso em: 25 fev. 2019.
- QUANDO me perguntam a quanto tempo estou solteiro. Já faz 84 anos! [S.l.], 29 dez. 2018. Instagram: @escolhiesperar. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/Br-3mX2BHfO/>>. Acesso em: 19 fev. 2019.
- QUER ser feliz? Não se case! [S.l.:s.n.], 2018. 1 vídeo (1 min). Publicado pelo canal Eu Escolhi Esperar. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=GzyFCFi2jg>>. Acesso em: 26 fev. 2019.

SE VOCÊ escolheu esperar mas está pesado, você está fazendo a coisa certa da maneira errada. [S./], 15 jan. 2018. Instagram: @escolhiesperar. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/Bd-VNQBjQFk/>>. Acesso em: 26 fev. 2019.

TODA mulher precisa de um cara que seja homem o suficiente para [...]. [S./], 18 mar. 2017. Instagram: @escolhiesperar. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BRzOqoJjHcH/>>. Acesso em: 22 fev. 2019.

VAINFAS, R. *Casamento, amor e desejo no ocidente cristão*. 2. ed. São Paulo: Ática, 1992.

VELASCO, C. Em 10 anos, Brasil ganha mais de um milhão de famílias formadas por mães solteiras. *G1*, maio de 2017. Economia. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/em-10-anos-brasil-ganha-mais-de-1-milhao-de-familias-formadas-por-maes-solteiras.ghtml>>. Acesso em: 26 fev. 2019.

VOCÊ sabia que as mulheres falam em média 30.000 palavras por dia [...]. [S./], 12 jul. 2018. Instagram: @escolhiesperar. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/BlJqcCLj-oE/>>. Acesso em: 20 de fev. 2019.

Como citar este artigo/*How to cite this article*

BELLOTTI, K.K. "Quanto mais santidade melhor": campanhas midiáticas de pureza sexual (1990-2010). *Reflexão*, 44, e194504, 2019. <http://dx.doi.org/10.24220/2447-6803v44e2019a4504>