

O(s) cartaz(es) da Campanha da Fraternidade Ecumênica 2021: uma leitura das suas narrativas visuais e textuais

The poster(s) of the 2021 Ecumenical Fraternity Campaign: a reading of its textual and visual narratives

Helmut Renders¹

Resumo

Partindo de comentários iniciais a respeito das origens do cartaz moderno como gênero de comunicação criado aos meados do século XIX e de apontamentos referentes às polêmicas que essa nova mídia gerou, o artigo apresenta a narrativas visuais e textuais do cartaz da Campanha da Fraternidade Ecumênica 2021, documenta as expressões visuais da polêmica gerada ao redor dela e discute tudo na base de materiais de apoio à campanha, inspirado na metodologia iconográfica de Erwin Panofsky. Destacam-se a originalidade da escolha do tema, seu maior cristo e eclesiocentrismo, e seu caráter proléptico e ao mesmo tempo, utópico.

Palavras-chave

Cultura visual religiosa. Linguagens religiosas. Erwin Panofsky. Cartaz da Campanha da Fraternidade Ecumênica 2021.

Abstract

Starting from initial comments about the origins of the modern poster as a communication genre created in the mid 19th century and from notes referring to the controversies that this new media generated, the article presents the visual and textual narratives of the 2021 Ecumenical Fraternity Campaign poster, documents the visual expressions of the controversy generated around it, and discusses everything on the basis of campaign support materials, inspired by the iconographic methodology of Erwin Panofsky. It is highlighted the originality of the choice of theme, its strong Christ and ecclesiocentrism, and it's proleptic and at the same time utopian character.

Keywords

Religious visual culture. Religious languages. Erwin Panofsky. Poster of the 2021 Ecumenical Fraternity Campaign.

INTRODUÇÃO

Cartazes são ainda hoje meios importantes de comunicação sobre eventos, inclusive, religiosos. Talvez seja até verdade que eles existem hoje em dia, em meio da cultura midiática visual, em número maior do que 50 anos e certamente 100 anos atrás. Mas o que são cartazes religiosos, exatamente? A representação de conteúdos da fé por meios da cultura material e

¹ Doutor em Ciências da Religião pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP) e em Ministério pelo Wesley Seminary Washington (WES). Bacharel em Teologia pelo Theologisches Seminar der Evangelisch-methodistischen Kirche in Deutschland. Pós-doutorado em História da Arte pela Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP) e em Ciência da Religião pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Professor do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Religião da UESP. Contato: helmut.renders@metodista.br.

visual são quase tão antigos como a fé cristã mesma.² Em termos técnicos, surgem cartazes com os avanços das tecnologias de impressão ou da reprodução como um novo formato além do das esculturas, dos desenhos e das pinturas, no século XV. Caracteristicamente compostos por somente uma única folha, cartazes religiosos podem focar em uma única figura, por exemplo, um santo ou uma santa, ou contar complexas histórias como todo o gênero dos cartazes das novíssimas, ou do *homo viator*, seja, em *mono*, *bi* ou *trivio*.³ Cartazes religiosos eram, às vezes, altamente apologéticos e polêmicos, como, por exemplo, os *flugblätter* ou as folhas largas durante a reforma protestante e católica (HROSCH, 2006), às vezes, mais focados na promoção de conteúdos religiosos sem ênfase confessional ou anticonfessional qualquer, ou seja, caracterizado por um acento educativo-pastoral,⁴ às vezes, em primeiro lugar lançados para propagar ou anunciar⁵ um evento religioso.⁶ Isso era, de fato, a vocação principal do cartaz moderno que surgiu entre 1840 e 1860 como um formato novo, um gênero de comunicação com apelo popular definitivamente não eclesiástico,⁷ fenômeno que, entretanto, depois da virada do século, não prevaleceu.⁸ Isso foi possível porque o gênero dos cartazes passou por uma nova

² Considera-se ultrapassada a antiga teoria que o cristianismo teria rejeitado nos seus primeiros dois séculos qualquer tipo de representações materiais e visuais para articular, sinalizar, confessar ou até propagar a sua crença ou a sua existência. Para ver essa questão, ver Jensen (2018, 2000).

³ A expressão é emprestada de Wolfgang Harms (1970).

⁴ Muitos cartazes do século XIX, tanto católicos como evangélicos, com o motivo do caminho largo e do caminho estreito, claramente não contêm referências a doutrinas, rituais ou liturgias confessionais específicas.

⁵ Nas histórias do anúncio, na perspectiva da comunicação ou de ciências mediáticas, cartazes religiosos aparentemente não são contemplados. Confere, por exemplo, a obra *Adland: a global history of advertising* de Mark Tungate (2007). O tema da religião somente aparece com linguagem que no cruzamento com a propaganda serve para chamar a atenção do público, por gerar polêmicas e “ícones europeus” são agências de comunicação europeias. Cartazes religiosos também não constam o estudo de Jackson Lears, *Fables of abundance: a cultural history of advertising in America* (1994), apesar dos seus mais variados empréstimos a linguagem religiosa falando tanto das “duas éticas protestantes e o carnavalesco americano” (LEARS, 1994, p. 261-298) e do “problema da arte comercial em uma cultura protestante” (LEARS, 1994, p. 261-298). A religião é aqui um pano cultural, não uma agente de propaganda ou anúncios.

⁶ Cartazes ou pôsteres são geralmente considerados um fenômeno do século XIX. Elizabeth Guffrey, em sua história global de cartazes, descreve cartazes modernos como “um produto da revolução industrial”. As cidades de Londres e Paris eram a vanguarda da nova tendência. “Em 1869 Jules Chéret introduziu na França um sistema de impressão litográfica de três cores que garantiu o registro preciso das cores, transmutando o pôster em ouro artístico; uma feliz confluência de tecnologia, talento e legitimidade transformou cartazes em ‘afrescos, se não das pessoas pobres, pelo menos da multidão’. Impresso no que a poetisa Camille Lemonnier chamou de ‘tinta elétrica’, cartazes comuns de rua foram rapidamente reconhecidos como arte. Assistindo com uma espécie de admiração passiva, os residentes de Paris viram avenidas e vielas transformadas em ‘galeria das ruas’”. (GUFFREY, 2015, p. 42). Guffrey também nem documenta, nem tematiza ou problematiza cartazes religiosos. Guffrey fala do surgimento desse gênero ao redor de 1840. Ruth Iskin (2014) aponta o ano 1860, e apresenta “a história cultural dos cartazes como um encontro dinâmico e dialogal entre as artes, o desenho, a reprodução e a propaganda” (ISKIN, 2014, p. 26).

⁷ Iskin também não documenta cartazes religiosos, mas dá uma razão pela rejeição desse gênero de comunicação popular pelas igrejas: “Diferente do que a maioria dos críticos franceses, Talmeyr considerou a sedução causada por cartazes como imoral imodesto. Os cartazes nunca respeitam ‘mulheres, as leis, autoridade, a família, a religião, a propriedade e a justiça’. [...] Cartazes são destrutivas, como uma paixão louca” (ISKIN, 2014, p. 188).

⁸ Veja, por exemplo, o riquíssimo estudo *Do imaginário à tradição: o sentido religioso presente nos cartazes do Círio de Nazaré a partir do olhar do fiel*, uma dissertação de mestrado defendida em 2019 por Willa da Silva dos Prazeres no curso das Ciências de Religião da Universidade do Estado do Pará. A

metamorfose ao fim do século XIX: artistas como, por exemplo, o francês Toulouse-Lautrec, os ingleses irmãos Beggarstaff, os estadunidenses Edward Penfield ou Will Bradley e Adolfo Hohenstein e outros, transformaram o cartaz em obras de arte. Com essa nova tendência, entretanto, surgiu em potencial um novo desafio para o gênero dos cartazes religiosos:

Quer sejam vistos como arte cívica ou como um incômodo público, os cartazes ilustrados do século XIX eram inequivocamente capitalistas, incentivando o consumo ao mesmo tempo que eram consumidos. À medida que os cartazes se tornaram populares, colecionadores dedicados começaram a economizar, negociar e comprá-los por somas cada vez maiores. O pôster foi percebido tanto como imagem pública quanto como objeto físico: pôsteres ainda molhados de pasta eram arrancados das laterais dos prédios, descascados dos vagões e até comprados diretamente nas gráficas (GUFFREY, 2015, p. 13-14).

O cartaz sob investigação nesse artigo, o da *Campanha da Fraternidade Ecumênica 2021*, no sentido mais amplo, faz parte do último gênero, e foi criado para propagar e anunciar um evento, o que não exclui a possibilidade de quer contar também uma história ou propagar ideias religiosas específicas.

No caso de eventos mais representativos, regulares e com uma pretensão de representar grupos mais diversos ou complexos, há até concursos para escolher propostas visuais de tais cartazes. Assim é também o caso da escolha dos cartazes da *Campanha da Fraternidade*, geralmente, uma campanha interna da Igreja católica, eventualmente no formato mais amplo de uma *Campanha da Fraternidade Ecumênica* e, neste caso específico, elaborada ou organizada em conjunto com o Conselho Nacional de Igrejas Cristãs do Brasil (CONIC). Os cartazes assim criados seguem, então, uma forma moderna de patronato, como as obras religiosas encomendadas por ordens religiosas durante todo barroco e rococó. Não se trata meramente de um pronunciamento individual ou pessoal de um ou uma artista, mas de uma encomenda visual, posteriormente aceita.

Em seguida propomos fazer, primeiro, uma análise iconográfica do cartaz, pontualmente inspirada no método iconológico de Erwin Panofsky (1991, p. 45-88), com seus três passos, incluindo uma descrição pré-iconográfica, análise iconográfica e interpretação iconológica, para depois estudar os elementos textuais do cartaz, ampliado, inclusive, pela consulta de subsídios de estudo divulgados junto a ele, para depois, avançar a uma interpretação iconológica.

1 A NARRATIVA VISUAL DO CARTAZ DA CAMPANHA DA FRATERNIDADE ECUMÊNICA 2021

A composição do cartaz em questão é clara e transparente. Pode-se distinguir entre (a) um pano de fundo, com alguns elementos gráficos, todos mantidos na cor azul, com pequenas inclusões em azul claro, roxo-lilás e cinza e passagens textuais, todos centralizados, dois logotipos, um símbolo e um tipo de moldura impressos em branco; e (b) um grupo de doze pessoas agrupados em formato de círculo, aparentemente, na sua grande maioria, em movimento.

A cor azul, na iconografia cristã clássica, representa o céu ou a esfera divina. Já as duas colunas que lembram de vitrais de igrejas, único lugar onde se encontram as cores roxo-lilás e cinza, provavelmente se referem à cor litúrgica da época da quaresma e à quarta-feira das cinzas, ou seja, ao período e dia que a campanha da fraternidade tradicionalmente ocorre.

FIGURA 1 – CARTAZ OFICIAL DA CAMPANHA DA FRATERNIDADE ECUMÊNICA



Fonte: Conferência Nacional dos Bispos do Brasil.

Visto de perto, esses vitrais são compostos por elementos idênticos, mas com jogos de cores alteradas. Talvez seja uma sinalização de uma unidade em diversidade ou de uma proximidade no essencial, mas diversidade no detalhe, tanto dentro de um só corpo eclesial como entre as demais. A janela esquerda tem em sua frente ainda uma fina cruz branca, referência à crucificação e ressurreição de Jesus Cristo. Quanto à composição geral do cartaz,

Revista Brasileira de Diálogo Ecumênico e Inter-religioso

destaca o motivo dos vitrais o aspecto vertical ou da relação divino-humana, em contraste da relação inter-humana que ocorre na horizontal, em uma forma circular e cores vibrantes. Em diversas “variações” do cartaz, esse aspecto “vertical-horizontal” foi até ainda mais destacado, entretanto, automaticamente, perde-se a sinalização de uma união entre pessoas de diversas igrejas, sinalizadas pelos dois vitrais que as pessoas “conectam”.⁹

FIGURA 2 – ARTE OFICIAL DO HINO DA CAMPANHA DA FRATERNIDADE ECUMÊNICA 2021



Fonte: Conferência Nacional dos Bispos do Brasil.

FIGURA 3 – ARTE OFICIAL DO ENCONTRO DE FORMAÇÃO DA CAMPANHA



Fonte: Conferência Nacional dos Bispos do Brasil.

Os(as) criadores(as) do cartaz concentram a sua explicação do cartaz nesse motivo do círculo humano:

Escolhemos uma ciranda para ser a base do desenho, afinal, em uma roda não tem primeiro, nem último, todos formam um e precisam trabalhar na mesma sintonia e ritmo para não perder o compasso e, como na música do cantor, compositor e amigo, Zé Vicente, Baião das Comunidades, todos e todas são convidados a participar desta ciranda pela vida... e construção da civilização do amor, da justiça igualdade e paz (CONSELHO NACIONAL DE IGREJAS CRISTÃS DO BRASIL, 2020).

⁹ No mínimo, no catálogo de produtos da campanha de 2021, essas variações ainda não constam. Disponível em: <<https://campanhas.cnbb.org.br/pastas/cf2021>>. Acesso em: 1 maio 2021.

O(s) cartaz(es) da Campanha da Fraternidade Ecumênica 2021

Os(as) criadores(as) se inspiraram, então, no significado de elementos específicos de uma dança popular pernambucana cuja característica é apresentada como da inclusão sem discriminação:

No início, os participantes eram em sua maioria trabalhadores rurais, pescadores, operários, entre outros, e ela foi associada às camadas populares. Nas cirandas, todos são aceitos, independentemente de cor, sexo, posição econômica ou qualquer outra coisa. Não há também limite de participantes, podendo sair e entrar qualquer um que queira participar da roda (A CIRANDA, 2014).

Fora dessa tradição popular nordestina, a ciranda é hoje também considerada uma brincadeira de criança, o que estabelece, ao lado do aspecto celebrativo e alegre, um elemento lúdico. Observamos agora as pessoas que integram essa roda de dança.

FIGURA 4 – CARTAZ OFICIAL DA CAMPANHA DA FRATERNIDADE ECUMÊNICA 2021



Fonte: Conferência Nacional dos Bispos do Brasil.
Nota: Detalhe do grupo dançando.

Trata-se de doze pessoas, entre eles claramente identificáveis, cinco homens¹⁰ e cinco mulheres,¹¹ além de mais duas pessoas.¹² Fora da equivalência de gênero, temos uma relativa equivalência étnica, com seis pessoas com uma cor de pele mais clara¹³ e três pessoas com uma cor de pele mais escura.¹⁴ Se destacam dois religiosos¹⁵ e duas religiosas,¹⁶ um trabalhador urbano(a), um trabalhador rural e uma profissional da área de

¹⁰ Fila da frente, do lado esquerdo para o lado direito: um padre, um leigo, um cadeirante e, à extrema direita, um sacerdote ortodoxo. Na fila de trás, do lado esquerdo para o lado direito: um camponês.

¹¹ Fila da frente, do lado esquerdo para o lado direito: uma criança e uma irmã católica de uma ordem religiosa. Fila de trás, do lado esquerdo para o lado direito: uma pastora e uma mulher leiga. No centro da ciranda: uma enfermeira e uma mulher leiga.

¹² A figura ao lado esquerdo com macacão azul e capacete amarelo pode ser um trabalhador homem, e o rosto da pessoa atrás da religiosa ao lado direito, uma mulher – entretanto, sendo sem cabelo, nesse caso, doente –, mas, isso, fica em aberto.

¹³ Do lado esquerdo para o lado direito: sacerdote católico, pastora protestante, cadeirante, menina e a pessoa atrás da religiosa e o sacerdote religioso.

¹⁴ Do lado esquerdo para o lado direito: o homem ao lado direito do padre, a mulher ao lado direito da pastora e a religiosa.

¹⁵ O padre católico e o sacerdote ortodoxo.

¹⁶ A pastora protestante e a irmã católica.

saúde. Somente uma clássica representação parece faltar: há uma criança, pessoas de uma idade média ou, aparentemente, de uma idade onde se exerce um emprego ou trabalho, mas não se encontra uma pessoa com traços mais específicos de um idoso ou uma idosa. Também faltam referências explícitas a hierarquias religiosas com bispos ou cardeais, pastores pentecostais, indígenas ou trabalhadores(as) de colarinho branco, ou seja, de escritórios.

Não é totalmente claro para nós a composição da ciranda, já que o motivo da ciranda não parece formar um círculo, mas, retrata pessoas não completamente integradas na roda. Ou a enfermeira, a mulher retratada de trás com a camiseta roxa e a pessoa atrás da religiosa não são integradas na roda, ou a completa primeira fila, começando do padre e indo até ou a religiosa ou o sacerdote ortodoxo. Mas, provavelmente resolve-se aqui um problema relacionado ao espaço à disposição: em uma roda única formada por doze pessoas estas ficaram bem menores, ou seja, trata-se mais de uma decisão técnica de composição que não carrega um significado específico, já que quase todas as pessoas, considerando os gestos corporais e a posição dos pés, parecem em movimento de dança.¹⁷ O formato de uma dança popular nordestina é uma forte referência cultural brasileira, certamente mais próximo ao ambiente católico do que protestante e ao ambiente rural do que urbano, mas como símbolo em si, certamente ainda em geral compreensível. Outro aspecto da dança não é articulado, mas se integra bem no conjunto de texto e imagem: a dança pertence ao mundo da festa, da celebração e não faz parte das práticas cotidianas. Já que três pessoas são claramente retratadas em sua roupa de trabalho,¹⁸ e no mínimo duas das quatro pessoas com vocação religiosa específica são vestidas para presidir uma celebração religiosa,¹⁹ trata-se ou de uma dança diretamente depois de uma celebração religiosa ou na própria celebração, ou seja, trata-se de um momento de interrupção das atividades cotidianas. Mas, o que esse grupo está celebrando por essa dança? O fato de querer fazer ou poder fazer “algo” juntos e juntas? Ou simplesmente o fato de querer e poder estar juntos e juntas? Quanto a razão pela celebração existe um silêncio visual interessante: falta uma indicação da razão específica pela dança ou celebração alegre. Não há referências a uma celebração religiosa – por exemplo, um altar – e não há uma sinalização pictórica em relação a uma ação fraterna de cuidado, diaconal ou da ação social como resultado do esforço de todos e todas. Esse silêncio imagético é polissêmico e pode ser ou entendido como o registro de uma omissão – eles e elas celebram a sua “união”, mas essa união não tem conteúdo ou foco – ou deixar espaço para que os observadores do cartaz imaginam o que poderia ser a razão desse momento festivo e descontraído, dando tanto espaço para imaginar uma atividade em conjunta em prol da sociedade, de um grupo social ou da vizinhança ou uma aproximação crescente de todos os setores da sociedade, inclusive das igrejas ou, predominantemente, entre igrejas distintas ou pessoas com diferentes biografias religiosas. Afinal, quem dança junto em uma

¹⁷ Somente o sacerdote ortodoxo não parece estar em movimento.

¹⁸ O trabalhador ou a trabalhadora industrial e o camponês e a pessoa da área de saúde.

¹⁹ O padre católico e a pastora protestante não usam essa roupa em qual ela e ele são retratados no seu cotidiano.

ciranda deixa as diferenças ao lado para ficar lado ao lado, de mãos dadas, com um outro ou uma outra diferente.

2 A NARRATIVA TEXTUAL DO CARTAZ DA CAMPANHA DA FRATERNIDADE ECUMÊNICA 2021

Quanto à narrativa textual, vale a pena se lembrar das campanhas anteriores. Elas concentraram seus temas e lemas ao redor de desafios práticos da vida cotidiana, focando na ortopraxia – eventualmente acompanhado por uma ortopatia das pessoas nas igrejas – em vez da ortodoxia de textos confessionais, declarações eclesiais etc., como a escolha das palavras-chaves como “sem exclusões”, “solidariedade”, “paz”, “vida”, “responsabilidade”, “direito”, “justiça” evidenciam.²⁰ Talvez não seja somente uma sutileza que em 2021, em comparação com os temas e os lemas das campanhas da fraternidade ecumênica anteriores, se encontra um *novum* em no mínimo três sentidos: primeiro, o tema *Fraternidade e diálogo: compromisso de amor* e o lema *Cristo é a nossa paz: do que era dividido fez uma unidade (Ef 2,14)* combinam uma afirmação ou até uma confissão da fé cristã com um apelo comportamental; segundo, encontra-se como lema pela primeira vez uma referência bíblica direta. Uma referência bíblica, sendo a Bíblia a *norma normans* de todas as igrejas cristãs, representa, de fato, ao mesmo tempo, um elemento muito “ortodoxo” e também muito “ecumênico”. Terceiro, fala-se, aparentemente, mais do que antes da unidade, não somente, na sociedade, mas, também, isso no mínimo implica a referência a Efésios 2,14, no povo de Deus. Os elementos textuais, então, formam uma narrativa ao mesmo tempo mais cristocêntrica e eclesiocêntrica, apesar de que se refere no caderno do programa ao grupo-alvo da campanha de forma mais estendida como as “comunidades de fé e pessoas de boa vontade”²¹ (CONSELHO NACIONAL DE IGREJAS CRISTÃS DO BRASIL, 2020). Em comparação com as quatro campanhas anteriores, essa nova tendência poderia indicar um certo tipo de regresso do foco na esfera pública ou no(a) próximo(a) etc.²² Entretanto, também seria possível inverter a lógica e dizer: cristãos e cristãs que querem contribuir para transformações na e da sociedade, e que procuram paralelamente investir na reforma da Igreja cristã e na renovação de indivíduos, precisam enfrentar também problemas internos ou interconfessionais seríssimos quanto a tal “unidade”: precisa-se constatar,

²⁰ 2000: primeira campanha, *Dignidade humana e paz* (tema) e *Novo milênio sem exclusões* (lema); 2005: segunda, *Solidariedade e paz* (tema) e *Felizes os que promovem a paz* (lema); 2010: terceira, *Economia e vida* (tema) e *Vocês não podem servir a Deus e ao dinheiro* (lema); 2016: quarta campanha, *Casa comum, nossa responsabilidade* (tema) e *Quero ver o direito brotar como fonte e correr a justiça qual riacho que não seca* (lema), com foco no saneamento básico, no desenvolvimento, na saúde integral e na qualidade de vida.

²¹ John Wesley localizou em seus tempos pessoas da mesma qualidade e chamou eles de forma respeitosa, “saints of the world” (WESLEY, 1745, p. 312).

²² Anota-se que, segundo os objetivos da campanha, lê-se mais especificamente que o objetivo geral da campanha é “através do diálogo amoroso e do testemunho da unidade na diversidade, inspirados e inspiradas no amor de Cristo, ‘convidar comunidades de fé e pessoas de boa vontade para pensar, avaliar e identificar caminhos para a superação das polarizações e das violências que marcam o mundo atual.’” (CONSELHO NACIONAL DE IGREJAS CRISTÃS DO BRASIL, 2020, grifo suprimido).

quanto aos dois “símbolos” da união e fraternidade mais essenciais da Igreja cristã, a santa ceia, a mesa do Senhor, a mesa comum ou a eucaristia e o batismo, que as igrejas não conseguiram ser movidas por Deus e se aproximar, desde a primeira *Campanha da Fraternidade Ecumênica* tinha sido proclamada. O lema *Cristo é a nossa paz: do que era dividido fez uma unidade* é então uma afirmação utópica, inclusive em relação às próprias igrejas reunidas no CONIC, nem falando das igrejas que não participam do conselho. Entretanto, como testemunho da fé da comunidade uma vez reunida em Efésios, essa confissão continua fazendo sentido como um horizonte utópico, especialmente quando se pensa numa unidade de ação, ou de ortopraxia e ortopatía, parecido as ênfases nas campanhas anteriores.²³

Isso seria, com certeza, uma das possíveis interpretações de Efésios 2,14, e fica ainda mais evidente quando se amplia um pouco mais o escopo e se considera Efésio 2,14,15 e 4,23-24²⁴ onde se lê (com grifos nossos):

Αὐτὸς γάρ ἐστιν ἡ εἰρήνη ἡμῶν, ὁ ποιήσας τὰ ἀμφότερα ἐν καὶ τὸ μεσότοιχον τοῦ φραγμοῦ λύσας, τὴν ἔχθραν ἐν τῇ σαρκὶ αὐτοῦ, τὸν νόμον τῶν ἐντολῶν ἐν δόγμασιν καταργήσας, ἵνα τοὺς δύο κτίσῃ ἐν αὐτῷ εἰς ἓνα καινὸν ἄνθρωπον ποιοῦν εἰρήνην [...] ἀνανεοῦσθαι δὲ τῷ πνεύματι τοῦ νοῦς ὑμῶν καὶ ἐνδύσασθαι τὸν καινὸν ἄνθρωπον τὸν κατὰ θεὸν κτισθέντα ἐν δικαιοσύνῃ καὶ ὁσιότητι τῆς ἀληθείας.

Parece-nos que na epístola aos Efésios, quando se refere à obra pacificadora de Cristo, se fala de algo realizado em Cristo e à disposição do povo de Deus e da humanidade (RENDERS, 2013, p. 1042-1053). Entretanto, “de ambos fez um” é uma afirmação proleptica. Paz e unidade, assim, pode ser afirmado e confessado, são possíveis, mas nunca resultados automáticos, inclusive não dessa obra realizada por e em Cristo. Paz e unidade requerem o envolvimento consciente e colaborador do ser humano. O fato que um impedimento “material” do encontro – um muro – foi literalmente derrubado pelos eventos conjuntos da crucificação e ressurreição de Cristo ainda não significa que aqueles e aquelas que agora se enxergam, também se aproximam de forma pacífica ou com a intensão de construir paz. Inimizade (*ἔχθρα*), mesmo quando artificialmente inflamada e alimentada, desconstrói-se de formas mais lentas do que

²³ Esse caminho propôs também John Wesley em seu famoso sermão *Catholic spirit*, traduzido, no Brasil por *Espírito universal* ou *Espírito ecumênico*: “Mas, embora a diferença de opiniões ou de formas de culto possa obstar a completa união orgânica, deve tal diferença impedir nossa unidade de sentimentos? Embora nós não possamos pensar do mesmo modo, não podemos amar a maneira igual? Não podemos ter um só coração, ainda que não tenhamos uma opinião só? Sem dúvida alguma que o podemos. Nisto, todos os filhos de Deus podem unir-se, não obstante aquelas diferenças secundárias. Permaneçam estas como estão, e ainda os crentes podem-se acompanhar uns aos outros no amor e nas boas obras”. (WESLEY, 1981, p. 254). Observe-se que a tradução “unidade de sentimentos” se refere a passagem original da “union of affection” que foca mais na interação entre pessoas do que no compartilhamento de sensações parecidas.

²⁴ Tradução da Nova Almeida Atualizada, edição da Sociedade Bíblica do Brasil: “Porque ele [Cristo, o autor] é a nossa paz. De dois povos ele fez um só e, na sua carne, derrubou a parede de separação que estava no meio, a inimizade. Cristo aboliu a lei dos mandamentos na forma de ordenanças, para que dos dois criasse em si mesmo uma nova humanidade, fazendo a paz. [...] a se deixar renovar no espírito do entendimento de vocês, e a se revestir da nova natureza, criada segundo Deus, em justiça e retidão procedentes da verdade.”

paredes. O autor do texto sabe disso, já que ele depois afirma como se cimenta inimizade: pela lei (*νόμος*), por mandamentos ou preceitos (*ἐντολαί*) e suas escolas de interpretação (*δόγμα*). Efésio interpreta o evento da crucificação – na sua carne (*ἐν τῇ σαρκὶ αὐτοῦ*) – como evento que abolia, nulifica, revela o (falso) brilho e a, de fato, inutilidade²⁵ (*καταργέω*) das leis que constroem inimizade, sejam elas religiosas ou seculares e isso, aparentemente, é até hoje difícil de entender para um grupo de pessoas significativo nas igrejas, enquanto não se entende a o caráter provisório e precário das nossas legalizações.²⁶ O novo ser humano (*καινὸς ἄνθρωπος*), criado segundo Deus (*τὸν κατὰ θεὸν κτισθέντα*), em vez de produzir ou reproduzir inimizade por meio das suas leis, dos seus preceitos e suas linhas de interpretação, opta por construir ambientes onde regem justiça e piedade (*δικαιοσύνη καὶ ὁσιότης*) em verdade (*ἀληθεία*). Esta dupla – como também a expressão paralela justiça e santidade (*δικαιοσύνη καὶ ἐνσεβεία*)²⁷ – são no grego *termini technici* que descrevem e ao mesmo tempo qualificam uma vida que promove tanto o bem estar na *polis* – interessantemente sempre em primeiro lugar – como cultiva a vida religiosa por práticas religiosas que sustentam isso, por exemplo, na tradição judaico-cristã, por gerar em fiéis a virtude da humildade, da qual brota a misericórdia que leva a uma melhor ou, nesse sentido, “verdadeira” justiça.²⁸ Já o acréscimo “em verdade” acentua a diferença entre a visão judaico-cristã de paz como *shalom* (e da sua respetiva compreensão da justiça) em distinção da visão da *pax* romana (e do seu respetivo entendimento de justiça). Assim articula a segunda geração da Igreja primitiva a sua concepção de serem colaboradores e colaboradoras de uma obra cujo fundamento foi criado por Cristo e somente por Cristo – não por nossas tradições, nem por nossas culturas –, mas, ao mesmo tempo, mediado por tradições e por culturas que se submetam ao desafio da sua própria e contínua reforma.

²⁵ Para referenciar algumas possibilidades de tradução do verbo.

²⁶ Nas explicações da campanha se foca nas leis da pertença, mesclando a pertença cidadã e religiosa. “Aqui temos questões legais, que hoje chamamos de cidadania. O autor vai trazer no texto: quem eram os cidadãos, no caso, filhos de Deus para os romanos? Quem o imperador declarava. Quem eram cidadãos, no caso, filhos de Deus para os judeus? Quem, segundo a lei, se circuncidava. Um decreto, a lei romana, que torna alguém filho de Deus. Um rito, a lei judaica, que torna alguém filho de Deus. Ambos se consideram os eleitos e portanto, eram excludentes. O que promovia isso? Ambas as leis com seus mandamentos e ordenanças. Acontece que em meio às tensões, diríamos dos conflitos político-sociais, judeus e gentios se converteram a Cristo. Ambos assumiram uma mesma proposta, mas ainda lidando com a questão de dois conflitantes que precisava ser equacionada: quem é filho de Deus? O escritor responde: ‘concidadãos dos santos, todos da família de Deus’. Numa tacada só abarca os dois critérios: de cidadania e de filiação divina. Interessante lembrar o conceito de santo, como separado. Quem são os eleitos, ou os separados? Para cada um dos povos, são os seus compatriotas, mas ao acolherem o Evangelho, assumiram um compromisso com a vida de Cristo, no qual, todos os comprometidos com essa vida, independentemente de sua etnia – judeu ou grego, sua posição social – escravos ou livres, de seu gênero – homem ou mulher, todos são filhos de Deus. Em outras palavras, põe os excluídos para dentro – lembrando que não eram cidadãos para os romanos – escravos, mulheres e estrangeiros. Não eram cidadãos para os judeus, os não circuncidados e dos circuncidados, todos os que quebravam a lei” (BATISTA, 2020, p. 3).

²⁷ Veja também a tradução do inglês por “godliness”, em visível proximidade ao conceito *theosis*, também traduzido por “veneração boa de Deus”.

²⁸ O que referencia Miqueias 6,8 e Mateus 5,4-9.

3 A NARRATIVA TEXTUAL E VISUAL DO CARTAZ DA CAMPANHA DA FRATERNIDADE ECUMÊNICA 2021 LIDAS E VISTAS EM CONJUNTO

Antes de cruzar as narrativas textuais e visuais, registramos uma contestação visual dessa quinta *Campanha da Fraternidade Ecumênica* que surgiu dentro da Igreja católica, mas também envolve evangélicos e setores do atual governo Bolsonaro. Essas contestações não polemizam o cartaz, mas uma referência no texto base da campanha onde se lê:

Outro grupo social que sofre consequências da política estruturada na violência e na criação de inimigos é a população LGBTQI+. [...] O aumento no número de homicídio de pessoas LGBTQI+, entre 2016 e 2017, foi de 127%. Estes homicídios são efeitos do discurso de ódio, do fundamentalismo religioso, de vozes contra o reconhecimento dos direitos das populações LGBTQI+ e de outros perseguidos e vulneráveis (CONSELHO NACIONAL DE IGREJAS CRISTÃS DO BRASIL; CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL, 2020, p. 32).²⁹

Esta contestação ocorreu também visualmente, como os próximos dos cartazes com diferentes elementos visuais evidenciam. No primeiro caso (Figura 5), criou-se, praticamente, um novo cartaz: tirou-se o fundo azul, as referências aos vitrais, o símbolo da cruz, as passagens textuais e inclui-se um fundo nas cores do arco-íris e uma taxa preta com as palavras “Escárnio contra os católicos”, e todos os rostos olhando para o observador com as mesmas máscaras de palhaço, com a exceção da irmã ou religiosa e parcialmente, do padre, que somente tem o nariz vermelho de um palhaço. No outro caso, cita-se parcialmente o cartaz, inclusive, duplicando em parte a roda das pessoas, com um símbolo que parece se inspirar num sinal de trânsito da proibição de parar no lugar assim marcado e a frase “Eu digo NÃO / Campanha da Fraternidade 2021”. Acima das figuras, na parte superior esquerdo, aparecem as duas primeiras cores do arco-íris e na parte superior, as duas primeiras cores da bandeira do Brasil (Figura 6). Anota-se ainda que nos dois casos a palavra “Ecumênica” nem sequer é mencionado.

FIGURA 5 – CARTAZ “ESCÁRNIO CONTRA OS CATÓLICOS”³⁰



Fonte: Templário de Maria.

²⁹ Um trecho menor da citação aparece também na análise de conjuntura do seminário da campanha (OLIVER, 2020, p.4). O chamado texto-base menciona como autoria “Comissão da CFE: igrejas-membro do CONIC” (CONSELHO NACIONAL DE IGREJAS CRISTÃS DO BRASIL; CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL, 2020, p. 2) – o que incluía a Igreja católica.

³⁰ Disponível em: <<https://templariodemaria.com/escarnio-contra-os-catolicos-campanha-da-fraternidade-2021/>>. Acesso em: 1 maio 2021.

FIGURA 6 – ARTE “EU NÃO CONTRIBUO COM A CAMPANHA DA FRATERNIDADE ECUMÊNICA DA CNBB”³¹



Fonte: Instituto Plínio Corrêa de Oliveira.

Tecnicamente, eram essas modificações necessárias, já que a composição e os motivos do cartaz aparentemente não articularam o que se criticava, a defesa dos direitos cívicos dos LGBTQI+ no caderno de programa. As reações a essas críticas variam entre a defesa da campanha,³² críticas pontuais,³³ pronunciamentos a favor da retirada da campanha,³⁴ avisos que o texto não é da Conferência Nacional dos Bispos de Brasil, mas do CONIC – entretanto, admitindo a participação da Igreja católica – e uma garantia que o uso de uma coleta feita nas igrejas católicas referente aos projetos sustentados pela campanha segue rigorosamente as regras institucionais. Em resposta às acusações, houve também manifestações evangélicas em defesa da campanha, em especial, da Igreja Evangélica da Confissão Luterana no Brasil³⁵ e de um grupo de batistas. Já no caso do pronunciamento favorável à *Campanha da Fraternidade Ecumênica 2021* do próprio papa Francisco³⁶ não fica claro se ele se refere à proposta da campanha ecumênica em si ou, especialmente, à polêmica ocorrida. O cartaz *per se*, então, não era causa da polêmica e, conseqüentemente, precisava ser alterado para se tornar parte do argumento contra a campanha.

Retornando para as narrativas visuais e textuais da própria campanha, diríamos então que o cartaz visualiza um momento celebrativo e até então utópico, o da unidade entre igrejas e

³¹ Disponível em: <<https://campanhas.ipco.org.br/eu-nao-contribuo-com-a-campanha-da-fraternidade-ecumenica-da-cnbb-cf-2021>>. Acesso em: 1 maio 2021.

³² Confere a parte da reportagem que se refere ao pronunciamento do cardeal de São Paulo, dom Odilo Scherer. Disponível em: <<https://diocesedepesqueira.com.br/bispos-comentam-polemica-gerada-por-texto-base-da-cf-2021-ecumenica/>>. Acesso em: 1 maio 2021. Veja, também, a reportagem sobre o pronunciamento do arcebispo de Aparecida, dom Orlando Brandes. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sp/vale-do-paraiba-regiao/noticia/2021/02/17/arcebispo-de-aparecida-destaca-mensagem-da-campanha-da-fraternidade-e-hora-de-pontes.ghtml>>. Acesso em: 1 maio 2021.

³³ Confere a reportagem citando o bispo da diocese de Formosa, em Goiás, dom Adair José. Disponível em: <<https://pleno.news/fe/bispo-critica-campanha-da-fraternidade-com-tematica-lgbt.html>>. Acesso em: 1 maio 2021.

³⁴ Confere a reportagem citando o arcebispo ordinário da Arquidiocese Militar do Brasil, dom Fernando Guimarães. Disponível em: <<https://www.metropoles.com/brasil/religiao-br/arcebispo-militar-orienta-capelaes-a-deixarem-campanha-da-fraternidade>>. Acesso em: 1 maio 2021.

³⁵ Disponível em: <<http://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/606860-nota-da-iecclb-sobre-a-campanha-da-fraternidade-ecumenica-2021>>. Acesso em: 1 maio 2021.

³⁶ Disponível em: <<https://www.metropoles.com/brasil/religiao-br/papa-sobre-campanha-da-fraternidade-cristaos-devem-dar-exemplo>>. Acesso em: 1 maio 2021.

a sociedade em prol de uma causa. Ele é proléptico como a própria mensagem de Efésios 2,14, mas não fala da causa ao redor da qual se reúnem os esforços de todos, se não de uma forma indireta, por meio da representação de trabalhadores ou trabalhadoras industriais e rurais e um(a) profissional de saúde, ou seja, em prol da defesa tanto do emprego como da saúde.

Já as narrativas textuais da campanha falam mais especificamente da cidadania, o que certamente envolve o direito ao trabalho e o acesso à saúde, e da filiação a Deus, como uma forma de cidadania adicional ou concidadania, inspirado Efésios 2,19: “você não são mais estrangeiros e peregrinos, mas concidadãos dos santos e membros da família de Deus”. Aqui se cruzam o fato que a *Campanha da Fraternidade*, em diversos pronunciamentos católicos, por exemplo, na reportagem sobre o cardeal de São Paulo, dom Odilo Scherer, é considerada uma “campanha da evangelização popular”, o que envolve o aspecto da afiliação religiosa. O texto do estudo bíblico não fica muito preciso a respeito disso. Veja, por exemplo, a afirmação: “Nas bem-aventuranças, em Mateus 5,9 se diz: ‘a pessoa que promove a paz é chamada de filho e filha de Deus’. Se somos filhos de Deus, nosso espaço de fé é desenvolvido no ambiente da paz, da unidade” (BATISTA, 2020, p. 5). Olhando novamente o cartaz, surge a pergunta: será que a integração de trabalhadores ou trabalhadoras industriais e rurais e um(a) profissional de saúde na ciranda não representa um projeto em defesa do emprego e do acesso à saúde, um projeto no qual as igrejas se unem em defesa dos dois, mas a integração deles nas igrejas como concidadãos e concidadãs e filhos e filhas de Deus num sentido religioso institucional? Pela polissemia da narrativa visual essa pergunta não tem resposta e fica em aberto.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O início da formação do gênero dos cartazes ou pôsteres modernos, que ocorreu entre 1840 e 1860, não integrava cartazes religiosos. Isso mudou sucessivamente, inclusive no Brasil, a partir do início do século XX, seguindo a tendência estética de crescer ao formato dos cartazes uma arte ou um design com referências religiosas de apelo eclesial e popular. Não por acaso, passou o cartaz em questão por um concurso. Diferente do que no século XIX, são hoje mais especialistas de design do que artistas clássicos(as) que criam cartazes, mas como o estudo da Willa da Silva dos Prazeres (2019) demonstrou, há também concursos de cartazes para eventos religiosos que se dirigem especificamente a artistas populares. O cartaz da quinta *Campanha da Fraternidade Ecumênica 2021* acompanha também uma tendência de uma reavaliação positiva do “popular” como culturalmente valioso e autêntico, transitando então de um sentido do grotesco, vulgar e supersticioso para uma valorização de uma estética ou escolha de motivos não elitista e de apelo comum, talvez próximo do *kitsch* e ainda do placativo, mas não do antirreligioso e supersticioso. Em consequência, hoje em dia, cartazes religiosos como cartazes para o anúncio ou a propagação de eventos jamais são rejeitados por serem cartazes ou considerados incompatíveis com as religiões pelo seu mero formato. Até que ponto cartazes

O(s) cartaz(es) da Campanha da Fraternidade Ecumênica 2021

religiosos resistem a tentação capitalista é uma outra pergunta. Certamente eles querem incentivar um consumo religioso, mas, por enquanto, não consumidos para agregar um valor financeiro. Entretanto, considerando cartazes religiosos que combinam referências religiosas com o anúncio de produtos religiosos, isso pode ser o caso, apesar de não ser o caso do cartaz estudado.

Mesmo assim, o cartaz da *Campanha da Fraternidade Ecumênica 2021* não conseguiu se manter fora de polêmicas. Entretanto, o conflito não nasceu do cartaz da campanha, mas do texto acompanhante. Isso se evidencia também pelo fato que na disputa visual, as contestações usaram imagens altamente alteradas do cartaz para poder “entregar” a sua mensagem. Precisava-se descaracterizar a mensagem do cartaz, para criticar a campanha. Em outras palavras, o cartaz sai dessa disputa “vitorioso”. O cartaz original, porém, surpreende por outras razões. Pela primeira vez na *Campanha da Fraternidade Ecumênica* se escolheu um versículo bíblico como lema, inclusive com um aspecto confessional no sentido de uma expectativa de se afilhar a uma das igrejas participantes na campanha. Isso também cria um ruído quanto ao testemunho diaconal e público do cartaz. Em que sentido andam a atuação fraternal e a afiliação religiosa, de fato, juntos ou juntas? Motiva essa visão conjugada a promoção do bem-estar em terceiros?

Mais certeza se tem em relação ao caráter proléptico, tanto da imagem, como dos textos que acompanham a imagem. Isso, eventualmente, também serve como explicação até da preferência para o motivo da dança que como gênero pertence ao gênero da celebração, o que sempre remete não ao tempo cotidiano, mas ao tempo especial, ou seja, ao tempo que pertence a Deus. Neste sentido, a ciranda ecumênica reproduzida no cartaz é uma afirmação da fé utópica. Finalmente, deve-se apontar que cartazes religiosos formam um gênero próprio que deveriam ser colecionados e investigados por bibliotecas e acervos digitais como representações importantes das religiosidades atuais, eventualmente com data de vencimento curta, mas, certamente, como expressões autênticas da vida religiosa cotidiana. ✨

REFERÊNCIAS

A CIRANDA. **Fundação Cidade das Artes**, 7 ago. 2014. Disponível em: <<http://cidadedasartes.rio.rj.gov.br/noticias/interna/448>>. Acesso em: 1 maio 2021.

BATISTA, Eliel. Encontro de Formação Nacional – CNBB. Segunda parada: carta para as pessoas de boa vontade em um mundo cheio de barreiras e divisões. **Conferência Nacional dos Bispos do Brasil**, nov. 2020. Disponível em: <<https://campanhas.cnbb.org.br/pastas/cf2021#gallery-3>>. Acesso em: 1 maio 2021.

CONSELHO NACIONAL DE IGREJAS CRISTÃS DO BRASIL. Escolhido o cartaz da Campanha da Fraternidade Ecumênica 2021. **Conselho Nacional de Igrejas Cristãs do Brasil**, 25 jun. 2020. Disponível em: <<https://conic.org.br/portal/noticias/3559-escolhido-o-cartaz-da-campanha-da-fraternidade-ecumenica-2021>>. Acesso em: 1 maio 2021.

CONSELHO NACIONAL DE IGREJAS CRISTÃS DO BRASIL; CONFERÊNCIA NACIONAL DOS BISPOS DO BRASIL. **Campanha da Fraternidade Ecumênica 2021:** texto-base. Brasília: Edições CNBB, 2020.

GUFFREY, Elizabeth. **Posters:** a global history. Londres: Reaction Books, 2015.

HARMS, Wolfgang. **Homo viator in bivio.** Studien zur Bildlichkeit des Weges. Munique: Fink, 1970.

HROSCH, Regine C. **Das Bild als historische Quelle?** Abbildungen zur Reformation in Geschichtsbüchern, 2006, 651 f. Tese (Doutorado em Ciências Humanas e Sociais) – Faculdade IV Ciências Humanas e Sociais, Carl von Ossietzky Universität Oldenburg, Oldenburg, 2006. Disponível em: <http://oops.uni-oldenburg.de/75/1/hrobil06_eprints75.pdf>. Acesso em: 1 maio 2021.

ISKIN, Ruth E. **The poster:** art, advertising, design, and collecting, 1860s-1900s. Líbano: Dartmouth College Press, 2014.

JENSEN, Robin Margaret. **The Routledge handbook of early Christian art.** Londres: Routledge, 2018.

JENSEN, Robin Margaret. **Understanding early Christian art.** Londres: Routledge, 2000.

LEARS, Jackson. **Fables of abundance:** a cultural history of advertising in America. Nova York: Basic Books, 1994.

OLIVER, Camila. Análise de conjuntura – CFE 2021. **Conselho Nacional de Igrejas Cristãs do Brasil**, 2020. Disponível em: <https://conic.org.br/portal/files/analise_de_conjuntura_cfe.pdf>. Acesso em: 1 maio 2021.

PANOFSKY, Erwin. **Significado nas artes visuais.** 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 1991.

PRAZERES, Willa da Salvo dos. **Do imaginário à tradição:** o sentido religioso presente nos cartazes do Círio de Nazaré a partir do olhar do fiel. 2019. Dissertação (Mestrado em Ciências da Religião) – Programa de Pós-Graduação em Ciências de Religião, Universidade do Estado do Pará, Belém, 2019.

RENDERS, Helmut. O uso das expressões duplas *δικαιοσύνη* (dikaiosúne) e *ὁσιότης* (hosiótes) como *δικαιοσύνη* e *εὐσεβεία* (eusebéia) no Novo Testamento: base para uma presença pública da Igreja?. **Horizonte**, Belo Horizonte, v. 11, n. 31 p. 1042-1053, jul./set. 2013. Disponível em: <<http://periodicos.pucminas.br/index.php/horizonte/article/view/P.2175-5841.2013v11n31p1042/5610>>. Acesso em: 1 maio 2021.

SOCIEDADE BÍBLICA DO BRASIL. **Bíblia de Estudo John Wesley.** Bauru, 2020.

TUNGATE, Mark. **Adland:** a global history of advertising. Londres: Kogan Page, 2007.

WESLEY, John. **Farther appeal to men of reason and religion.** Londres: W. Strahan, 1745.

WESLEY, John. **Sermões de Wesley.** São Bernardo do Campo: Imprensa Metodista, 1981. v. 2.

Recebido em: 31/05/2021.

Aceito em: 06/07/2021.