

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE CAMPINAS**

**GABRIELA PIMENTA MARTINS**

**MIDIATIZAÇÃO, CONSUMO E MEDITAÇÃO:**

**Um estudo discursivo de Monja Coen na plataforma TikTok**

**CAMPINAS, 2023**

**GABRIELA PIMENTA MARTINS**

**MIDIATIZAÇÃO, CONSUMO E MEDITAÇÃO:**

**Um estudo discursivo de Monja Coen na plataforma TikTok**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Linguagens, Mídia e Arte, da Escola de Linguagem e Comunicação, da Pontifícia Universidade Católica de Campinas, como exigência para a obtenção do título de Mestre em Linguagens, Mídia e Arte.

Linha de pesquisa: Subjetivação, Mídia e Sentidos.

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva

**CAMPINAS, 2023**

Ficha catalográfica elaborada por Adriane Elane Borges de Carvalho CRB 8/9313  
Sistema de Bibliotecas e Informação - SBI - PUC-Campinas

302.231 Martins, Gabriela Pimenta  
M386m

Midiatização, consumo e meditação: um estudo discursivo de Monja Coen na plataforma TikTok / Gabriela Pimenta Martins. - Campinas: PUC-Campinas, 2023.

95 f.: il.

Orientador: Marcelo Pereira da Silva.

Dissertação (Mestrado em Linguagens, Mídia e Arte) - Programa de Pós-Graduação em Linguagens, Mídia e Arte, Escola de Linguagem e Comunicação, Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, 2023.


Inclui bibliografia.

1. Mídia digital. 2. Meditação (Budismo). 3. Consumo - Mídia social. I. Silva, Marcelo Pereira da. II. Pontifícia Universidade Católica de Campinas. Escola de Linguagem e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Linguagens, Mídia e Arte. III. Título.

23. ed. CDD 302.231


**MIDIATIZAÇÃO, CONSUMO E MEDITAÇÃO:**  
**Um estudo discursivo de Monja Coen na plataforma TikTok**

Dissertação a ser defendida em 18/12/2023  
pela comissão examinadora:

Documento assinado digitalmente  
 MARCELO PEREIRA DA SILVA  
Data: 18/12/2023 15:32:22-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

---

Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva  
Orientador e presidente da comissão examinadora.  
Pontifícia Universidade Católica de Campinas

Documento assinado digitalmente  
 JORGE CALMON DE ALMEIDA BIOLCHINI  
Data: 20/12/2023 20:19:34-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

---

Prof. Dr. Jorge Biolchini  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

*Eliane Righi*

---

Prof. Dr. Eliane Righi  
Pontifícia Universidade Católica de Campinas

**CAMPINAS, 2023**

### **AGRADECIMENTOS**

Agradeço imensamente aos meus pais, Cid e Jacqueline, por mais uma vez estarem dispostos a me apoiar em meus “delírios” acadêmicos. Agradeço também a meu marido, Antonio, por compreender minhas vontades e questionamentos sobre o mundo e por sempre me incentivar ir atrás dos meus sonhos. E, por fim, agradeço ao meu orientador, Marcelo, pela parceria nesse projeto.

*“Existe, no homem, um vazio do tamanho de Deus”.*

*F. Dostoievski*

## RESUMO

Nossa pesquisa aborda os temas midiatização e consumo, além de explicitar uma visão hipermoderna de práticas meditativas sob a perspectiva da interdisciplinaridade, considerando campos como história das religiões, sociologia, comunicação, análise de discurso e mídia. Exploramos a intersecção entre religiosidade, consumo e mídias sociais digitais, com foco no discurso sobre meditação e práticas budistas, destacando o papel do universo virtual na produção, circulação e disseminação desses temas e conteúdos. Observamos que a sociedade hipermoderna levanta questões sobre espiritualidade, fé e experiências religiosas em contextos laicos, questionando a persistência das crenças religiosas e como elas se adaptam à era da midiatização. A pesquisa também discute a imbricação de religião, mídia e sociedade, levando em conta a secularização e o pluralismo religioso em um contexto no qual cresce o interesse por práticas de meditação bem como a evolução de aspectos místicos para benefícios comprovados cientificamente, e sua onipresença nas redes sociais on-line. Destacamos a influência das mídias, incluindo a plataforma TikTok, na circulação de conteúdo relacionado à meditação, influenciando a forma como os indivíduos interagem com a religiosidade no ecossistema digital, com ênfase no funcionamento do discurso de "Monja Coen", nosso foco estudo.

**Palavras-Chave:** Midiatização, Consumo, Meditação, Discurso, Monja Coen.

## **ABSTRACT**

This research addresses the themes of mediatization and consumption, in addition to explicating a hypermodern view of meditative practices from the perspective of interdisciplinarity, considering fields such as the history of religions, sociology, communication, discourse analysis, and media. We explore the intersection between religiosity, consumption, and digital social media, with a focus on the discourse surrounding meditation and Buddhist practices, highlighting the role of the virtual universe in the production, circulation, and dissemination of these themes and content. We observe that hypermodern society raises questions about spirituality, faith, and religious experiences in secular contexts, questioning the persistence of religious beliefs and how they adapt to the age of mediatization. The research also discusses the interweaving of religion, media, and society, taking into account secularization and religious pluralism in a context where there is a growing interest in meditation practices, as well as the evolution from mystical aspects to scientifically proven benefits, and their omnipresence on online social networks. We highlight the influence of the media, including the TikTok platform, on the circulation of content related to meditation, influencing how individuals interact with religiosity in the digital ecosystem, with an emphasis on the discourse of "Monja Coen," our study focus.

**Keywords:** Mediatization, Consumption, Meditation, Discourse, Monja Coen.



## Lista de Imagens

Figura 1: TV Buddha .....	27
Figura 2: Reprodução de pesquisa realizada no Tiktok .....	34
Figura 3: A Rota da Seda .....	41
Figura 4: O Budismo no mundo .....	42
Figura 5: O Budismo na Ásia.....	46
Figura 6: Reprodução do Instagram da Monja Coen .....	52
Figura 7: Reprodução do Tiktok da Monja Coen .....	52
Figura 8: Reprodução do Patrocinado do Curso da Monja Coen .....	53
Figura 9: Reprodução Vídeo 1 “+ Meditação - Stress” .....	62
Figura 10: Reprodução Vídeo 2 “O que é a felicidade?”.....	64
Figura 11: Reprodução Vídeo 3 “Conheça seus sentimentos com a meditação”...	68
Figura 12: Reprodução Vídeo 4 “Os dois alicerces do Budismo”.....	70
Figura 13: Reprodução Vídeo 5 “Respiração e Meditação”.....	76
Figura 14: Reprodução Vídeo 6 “Tudo que é bom, dói”.....	77
Figura 15: Reprodução Vídeo 7 “Qual é a sua fé?”.....	80
Figura 16: Reprodução Vídeo 8 “Você já se observou hoje?”.....	81
Figura 17: Reprodução Vídeo 9 “Vamos meditar juntas”.....	83

## **Lista de quadros e tabelas**

<b>Quadro 1: Marcações linguísticas de Monja Coen.....</b>	<b>60</b>
--	-----------

## Sumário

<b>Introdução.....</b>	<b>13</b>
<b>CAPÍTULO 1 – O KARMA DA/NA SOCIEDADE DO CONSUMO E DO CANSAÇO.....</b>	<b>20</b>
1.1. Sociedade do Espetáculo, do Consumo e do Cansaço.....	20
1.2. Eis a hipermodernidade... ..	21
1.3. Sociedade (Cansada) do Desempenho.....	26
<b>CAPÍTULO 2 – A MUDIATIZAÇÃO E O CAMINHO DO MEIO: A EMERGÊNCIA DO ECOSSISTEMA DIGITAL.....</b>	<b>29</b>
2.1. Comunicação em contextos digitais.....	29
2.2. TikTok: contexto do surgimento.....	32
2.3. Mudiatização e consumo nas redes sociais.....	35
<b>CAPÍTULO 3 – ORIENTALISMO E BUDISMO, ELEMENTOS HISTÓRICOS E CONCEITUAIS.....</b>	<b>38</b>
3.1. Orientalismo e o Budismo no Ocidente.....	38
3.2. O Dharma Budista.....	44
3.3. Contemplando a Meditação.....	46
3.4. Plena Atenção.....	48
3.5. O Nobre Caminho até Monja Coen.....	50
<b>CAPÍTULO 4 – O NIRVANA DISCURSIVO DE COEN.....</b>	<b>54</b>
4.1. Elementos Históricos da Análise do Discurso e o Dispositivo Teórico-Metodológico.....	54
4.1.1. A constituição do Ethos discursivo.....	55
4.1.2. Critérios metodológicos para construção do corpus do estudo de caso Monja Coen no TikTok.....	57
4.2. Sentidos do TikTok Zen.....	58

<b>Considerações finais - ESTAMOS AQUI AGORA, NOS ENTRETENHA.</b>	<b>85</b>
<b>Referências.....</b>	<b>90</b>

## INTRODUÇÃO

Esta pesquisa é construída sob a perspectiva da interdisciplinaridade, considerando campos teórico-metodológicos e epistemológicos que envolvem história das religiões, sociologia, comunicação, análise de discurso, consumo e midiatização, seus diálogos, atravessamentos e conexões.

Os entrelaçamentos que estabelecemos posicionam o discurso sobre meditação e práticas budistas no contexto de mídias sociais digitais. O fenômeno, ainda com teor inédito, faz-se disponível quando observamos com detalhe as redes sociais e algumas falas do sujeito Monja Coen, que caracterizou-se, para nós, como um relevante objeto empírico para o desenvolvimento de estudo de caso, já que ela aborda temas como saúde mental e práticas contemplativas enquanto constrói uma subjetividade interpelada e/ou cortada por marcas linguísticas e padrões discursivos mercadológicos.

Espiritualidade, fé e práticas religiosas são questões abordadas no contexto da sociedade pós-moderna, suscitando o interesse em compreender o lugar da religiosidade e como esta é praticada em ambientes e momentos considerados laicos. É notório que, apesar dos diversos avanços da sociedade, nos deparamos com questionamentos que, por vezes, carecem ainda de respostas cientificamente precisas, tais como a natureza da vida e da morte, as ansiedades e angústias da existência, os vazios do coração humano e o nosso propósito de vida.

Historicamente, a visão de mundo, neste domínio, foi moldada por mitos, seitas e religiões que permearam a cultura por séculos. Mesmo diante do domínio laico da ciência, a humanidade não consegue renunciar às suas práticas rituais e crenças religiosas, profundamente arraigadas na organização social e individual. A persistência dessas práticas religiosas demonstra a vulnerabilidade do ser humano em relação a elas e a dificuldade de abandonar alguns conceitos sagrados que se tornaram parte intrínseca das sociedades.

Iniciando, portanto, esta investigação diante de uma complexidade inerente, abordamos, de certa forma, o tema da religião e seu papel na

sociedade pós-moderna<sup>1</sup>. A natureza interdisciplinar deste estudo é evidente, uma vez que a análise da religiosidade e seu lugar na sociedade contemporânea requer uma compreensão de diversas áreas, como sociologia, teologia, midiatização, consumo da fé etc. O nosso objeto de estudo concentra-se nas redes sociais virtuais, que, por sua vez, também são examinadas sob uma perspectiva interdisciplinar no âmbito da comunicação, do consumo e da mídia digital.

A presença crescente de temas religiosos na mídia pode, inicialmente, parecer contradizer a ideia de que a secularização é uma característica da modernidade e que a mídia é um agente de esclarecimento factual ou científico. Como resultado, essa tendência pode ser interpretada como uma possível dessacralização (BERGER *et al.*, 1999) ou ressacralização da sociedade, na qual as tendências seculares estão sendo gradualmente substituídas ou desafiadas pelo ressurgimento do cristianismo, islamismo e novas formas midiatizadas de religião.

Berger ainda afirma que a teoria da secularização foi abandonada, inclusive por ela mesma, já que se mostrou empiricamente insustentável, considerando que ainda existem diversas sociedades onde a religiosidade se mostra presente (2007, p. 57). Berger então sustenta a ideia de que exista, paralelamente à pós-modernidade, a possibilidade do pluralismo religioso.

O pluralismo religioso é a ideia de que existem diversas formas de religião e espiritualidade, e que essas diversas crenças e práticas devem coexistir. O pluralismo religioso reconhece que diferentes indivíduos e comunidades têm diferentes crenças, idiosincrasias e valores, e que todas essas perspectivas devem ser respeitadas e toleradas em uma sociedade democrática e pluralista.

Norris e Inglehart (2004) forneceram a análise mais abrangente com base em dados estatísticos de 74 países, abrangendo o período de 1981 a 2001, e relatam uma correlação entre a modernização da sociedade e o declínio do comportamento e das crenças religiosas. Portanto, a

---

<sup>1</sup> Os termos referentes a contemporaneidade, isto é “hipermodernidade”, “pós-modernidade” e ainda “modernidade líquida” serão usados aqui como sinônimos, já que tomaremos um pelo outro com a intenção de exemplificar e contextualizar no tempo o momento atual em que vivemos.

midiatização da religião pode ser considerada parte de um processo gradual de possível secularização, no qual a mídia assumiu muitas das funções sociais antes desempenhadas pelas instituições religiosas.

Hjarvard (2008) acredita que a Internet é responsável pela emergente disseminação de ideias religiosas, já que permite interação e formas de comunicação entre indivíduos e instituições (religiosas). O estudo das maneiras pelas quais a religião se conecta com a mídia fornece evidências de tendências de secularização ou ressacralização, e é possível que ambas as tendências ocorram ao mesmo tempo, embora em diferentes áreas e aspectos da relação entre religião e mídia.

Com o advento das tecnologias atuais, temos acesso a uma vasta gama de informações sobre mitos, crenças e práticas de diversas culturas ao redor do mundo. É interessante observar que períodos de turbulência tendem a gerar questões filosóficas e existenciais, como evidenciado pelo aumento da pesquisa sobre práticas de meditação durante a pandemia de COVID-19, que ocorreu entre 2020 e 2022.

Inicialmente vinculado a sistemas religiosos, o discurso sobre a meditação, objeto central desta dissertação, na figura de Monja Coen, tem se afastado de seus aspectos místicos e se legitimado por pesquisas que comprovam sua capacidade de induzir o relaxamento e aprimorar as capacidades cerebrais dos indivíduos. Embora muitos relatos científicos e populares se concentrem nos benefícios de redução de estresse e melhora da concentração associados à atenção plena, é importante destacar que, dentro da tradição budista, a atenção plena não é apenas uma técnica para reduzir o estresse, mas também uma qualidade de atenção influenciada por fatores éticos, pensamentos, ações e comportamentos.

O termo "meditação" se refere a um ato ou técnica de experiência mental de relaxamento, praticado em várias seitas e religiões em todo o mundo, desde monges budistas até curandeiros havaianos conhecidos como kahunas<sup>2</sup>. Willard Johnson (1982) acredita que a prática meditativa existe desde épocas pré-históricas, quando nossos ancestrais se reuniam

---

<sup>2</sup> Os kahunas são os sacerdotes, xamãs e praticantes espirituais tradicionais da cultura havaiana. O termo "kahuna" é usado para descrever aqueles que possuem conhecimentos e habilidades especiais em várias áreas, incluindo medicina, cura, navegação, agricultura e a prática de rituais religiosos.

em volta do fogo e o contemplavam, atentos aos seus movimentos. Kabat-Zinn (1982) define a meditação como uma forma direcionada de atenção plena, um exercício intencional de concentração total no momento presente. Nas últimas décadas, a meditação tem sido objeto de estudo por faculdades, médicos e pesquisadores ocidentais, que buscam entender sua eficácia na melhoria do bem-estar e no tratamento de doenças como ansiedade e depressão.

O 14º Dalai Lama, Tenzin Gyatso, juntamente com cientistas e estudiosos de neurociências e institutos, como o *Mind and Life Institute*, por exemplo, tem conduzido investigações sobre a meditação e seus benefícios para a saúde mental. Os resultados desses estudos incluem a redução significativa da ansiedade e a diminuição da prevalência da depressão em pacientes que sofrem desses distúrbios.

O termo “mindfulness” foi bastante popularizado nas redes sociais virtuais e diversos cursos a esse respeito passaram a surgir. Kabat-Zinn (2003) argumenta que meditar significa prestar atenção de forma consciente no tempo presente, o que pode ser um desafio constante num mundo que vive a “era da informação” (HALL, 2006).

Nesse sentido, Richard Wurman (1991) afirma que a “ansiedade de informação” é comum nos tempos atuais devido à avalanche de dados que recebemos e ao nível de stress profundo sofrido por parte da população. Esta mesma “ansiedade de informação” pode explicar o interesse por técnicas que venham a reduzir os efeitos colaterais do mundo contemporâneo e, talvez, seja aí que o interesse por técnicas de meditação tenha sido instaurado.

Baseado nos estudos de Simmel (2013), nos quais o homem se vincula a outro com o intuito de formar uma sociedade, o ecossistema virtual também é possibilitador do fenômeno do tribalismo. O homem vive em sociedade também pela sua possibilidade do discurso, das trocas sociais e do debate sobre as angústias e sentimentos vividos e experienciados.

Presente no mercado de mídias digitais há alguns anos, a rede social digital TikTok ganhou maior público no ano de 2020, também em reflexo à pandemia de COVID-19. O aplicativo, criado em 2016 e gerido pela empresa Byte Dance, é uma rede de compartilhamento de vídeos



direcionados primeiramente para o mercado chinês, porém que alcançou repercussão internacional devido à sua ampla aceitação no mercado do entretenimento.

Diversas celebridades e produtores de conteúdo, já anteriormente acostumados às redes sociais digitais como Twitter e Instagram, acabaram por aderir à rede chinesa, para compartilhar conteúdo produzido, para influenciar, vender produtos ou serviços ou ainda informar.

O termo “influencer” ou influenciador digital, é usado há algum tempo no Brasil e no mundo e, a princípio, foi atrelado à escrita e produção de conteúdo para blogs, migrando, a posteriori, para as redes e mídias sociais on-line. O termo foi utilizado para definir produtores de conteúdo de mídias sociais digitais, comumente da área da moda e beleza (RECUERO, 2003), mas, com o tempo, e a necessidade humana de se comunicar e relacionar ter sido fragilizada durante a pandemia de COVID-19, entre os anos 2020 e 2022, quando influenciadores ganharam espaço em diversas searas, inclusive a religião.

Baseados em revisão de literatura, apresentamos, em quatro capítulos, três teóricos e um capítulo com a descrição e as análises de vídeos veiculados no TikTok.

O primeiro capítulo, intitulado “O Karma da/na sociedade do consumo e do cansaço” traz a contextualização social sobre os conceitos de “espetáculo” e “consumo” na pós-modernidade, abordando o tema de acordo com a teoria de Lipovetsky. Também relacionamos esse momento da sociedade com as ideias mais contemporâneas de Byung Chul-Han, trazendo a discussão sobre desempenho e sua relação com o cansaço da hipermodernidade.

Já no segundo capítulo, abordamos a midiatização e comunicação no ecossistema digital, trazendo também uma breve contextualização sobre a criação da plataforma TikTok e seu funcionamento. Neste capítulo buscamos compreender a relação entre consumo (tema abordado anteriormente) com a midiatização do mundo.

No terceiro capítulo tratamos de construções históricas e definições sobre meditação, suas práticas mais habituais, dentro da origem Budista, e um último capítulo sobre como as mesmas práticas são expostas e

veiculadas no TikTok, com o objetivo de compreender como se constitui o discurso sobre o tema religioso em questão e quais sentidos acerca do tema ficam apensos aos dizeres produzidos e circulados no ecossistema on-line.

O tema desta dissertação encontra justificativa na busca por estabelecer uma sólida ligação entre os dados, informações, teorias e hipóteses. Essa conexão é fundamental para a compreensão do funcionamento discursivo da Monja Coen, que é analisada aqui como estudo de caso. De acordo com Gil (1999), o estudo de caso é caracterizado por uma investigação profunda e minuciosa de um ou de poucos objetos, o que permite a obtenção de um conhecimento abrangente e detalhado, algo praticamente inatingível por meio de outros delineamentos de pesquisa.

Yin (2005) expande essa perspectiva, definindo o estudo de caso como uma investigação empírica que se concentra em fenômenos contemporâneos em seus contextos da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão nitidamente definidos.

Os objetivos desta pesquisa consistem em estudar a circulação de sentidos dos perfis temáticos de meditação na rede social TikTok, utilizando a análise de discurso de linha francesa. Essa análise se baseia em estudos relacionados à mídiatização, ao consumo e à construção de imagens de si (ethos), com foco no sujeito "Monja Coen" como objeto empírico.

Os objetivos específicos incluem a análise de vídeos no TikTok e o depreender de sentidos relacionados à meditação, com ênfase nos estudos do discurso, do consumo e da mídiatização nas redes e mídias on-line. Além disso, a pesquisa visa a analisar o funcionamento enunciativo da meditação em redes sociais digitais e a espetacularização do comportamento zen.

Com base nesta investigação, inferimos que o fenômeno da mídiatização, possibilitado e amplificado pela cultura de consumo da sociedade hipermoderna, ocasiona que as searas da vidas dos indivíduos tornem-se possibilidade de produtos, serviços e marcas, até mesmo a espiritualidade e religião, haja vista o vazio que ocupa o coração humano e a necessidade de respostas para as demandas próprias da aceleração, da

positividade e da busca pela felicidade do Zeitgeist da ambivalente contemporaneidade.

## **CAPÍTULO 1 – O KARMA DA SOCIEDADE DO CONSUMO E DO CANSAÇO**

Neste capítulo apresentamos os conceitos de “sociedade do espetáculo”, “sociedade do consumo” e “sociedade do cansaço”, com o intuito de contextualizar os estudos contemporâneos, pós-modernos (ou hipermodernos)<sup>3</sup> que nos auxiliaram na análise das complexas dinâmicas culturais, sociais e econômicas que caracterizam a era atual, destacando como a cultura do consumo e a espetacularização da vida afetam a experiência e o entendimento de mundo dos sujeitos.

### **1.1 Sociedade do Espetáculo, do Consumo e do Cansaço**

Guy Debord, responsável pela criação e divulgação do conceito de “sociedade do espetáculo”, consequência de seus escritos nas décadas de 50 e 60 do século passado, afirma que o homem está contaminado pela necessidade de mostrar-se e ser visto, influenciado por certo fetichismo capitalista da contemplação de objetos, símbolos, marcas e imagens. Ele diz que:

[...] quanto mais ele contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos ele compreende a sua própria existência e o seu próprio desejo. A exterioridade do espetáculo em relação ao homem que age aparece nisto, os seus próprios gestos já não são seus, mas de um outro que lhes apresenta. (DEBORD, 2000, p.31).

Em “A sociedade do espetáculo”, Guy Debord ainda caracteriza o presente como um tempo sem festa, como se esta época exibisse um momento em que o luxuoso estilo de vida de uma sociedade em constante exibição tornou-se rotineiro e sem diferencial.

Debord ainda afirma que,

O movimento de banalização que, sob as diversões cambiantes do espetáculo, domina mundialmente a sociedade moderna, domina-a também em cada um dos pontos onde o consumo desenvolvido das mercadorias multiplicou na aparência os papéis a desempenhar e os objetos a escolher. A sobrevivência da religião e da família

---

<sup>3</sup> Cômicos de que esses termos carregam diferenças conceituais, os utilizamos, ao longo desta dissertação, em alguns momentos, como sinônimos.

permanece a forma principal da herança do poder de classe. E, portanto, da repressão moral que elas asseguram, podem combinar-se como uma mesma e única coisa, com a afirmação redundante do gozo deste mundo, este mundo não sendo justamente produzido senão como pseudo gozo que traz consigo a repressão. A aceitação beata daquilo que existe pode juntar-se como uma mesma e única coisa à revolta puramente espetacular: pelo simples fato de que a própria insatisfação se tornou uma mercadoria desde que a abundância econômica se achou capaz de estender sua produção tratando de tal matéria-prima. (DEBORD, 2000, p. 42).

Os indivíduos, hoje, com base nessa perspectiva, são preocupados, narcisisticamente, apenas com sua própria realização e felicidade. Para Debord, esses indivíduos são alienados, vivenciando o “espetáculo” em todos os âmbitos de suas vidas: da cultura e lazer, ao político e social. Os homens tornam-se espectadores de suas próprias imagens, servos de mercadorias que simbolizam mais e possuem algum tipo de valor.

A alienação dos indivíduos acontece, segundo Debord, porque eles se tornam espectadores passivos de suas próprias vidas, absorvidos por uma cultura que valoriza a aparência e a busca incessante pela felicidade individual. Essa mentalidade narcisista leva as pessoas a se concentrarem em suas próprias necessidades e desejos, muitas vezes em detrimento de questões mais amplas e sociais.

O espetáculo descrito por Debord abrange não apenas entretenimento e cultura de massa, mas também as pessoas individualmente, quando são constantemente inundadas por uma série de imagens, símbolos e mercadorias que supostamente representam sucesso, status e felicidade. Essa condição de espetáculo leva à alienação e ao enfraquecimento da capacidade das pessoas de se envolverem de forma crítica com o mundo ao seu redor.

A teoria de Debord contribui para explicar o desenvolvimento exponencial do consumo e para compreender a lógica da economia mercantil vigente na hipermodernidade, na qual tudo e todos são produtos e produtores, e podem ser vendidos e comprados através de um clique.

## **1.2 Eis a hipermodernidade...**

Nessa esteira, surge o conceito de hipermodernidade desenvolvido pelo sociólogo francês Gilles Lipovetsky, que o descreve como uma fase avançada da modernidade, argumentando que a hipermodernidade é caracterizada pela intensificação e aceleração dos processos sociais, econômicos e culturais, resultando em uma sociedade cada vez mais individualista, consumista e orientada para o prazer imediato.

De acordo com Lipovetsky, a hipermodernidade é marcada pela busca constante de novas experiências e sensações, pela valorização da estética e do corpo, bem como pela ênfase na liberdade individual e no hedonismo<sup>4</sup>. Ao compararmos o conceito de hipermodernidade de Lipovetsky com as ideias de Zygmunt Bauman e Anthony Giddens sobre o tempo “hipermoderno”, identificamos algumas semelhanças e diferenças. Enquanto Lipovetsky se concentra na intensificação do consumo, no hedonismo e na busca de prazer imediato, Bauman e Giddens analisam a fluidez das relações sociais e a falta de estruturas sólidas na modernidade tardia.

Lipovetsky afirma existir um eixo econômico na constituição da sociedade do consumo, haja vista que “A cultura do consumo começou quando a produção de mercadorias possibilitada pela revolução industrial levou à necessidade de seu escoamento, daí a afirmação de que essa é a cultura do capitalismo” (2015, p. 158).

Nesse sentido, o consumo pode ser compreendido como o hábito de compra de objetos físicos ou virtuais e tecnológicos, e o tal hábito reveste-se da crença no desejo, dissolvida na estrutura social. O consumo desempenha um papel central na vida social, econômica e cultural das sociedades em geral. O estudo do consumo como um fenômeno complexo e multifacetado que pode ser influenciado por fatores culturais, econômicos, políticos etc, abrangendo diversas searas de pesquisa.

Bauman (2005, p.67), por sua vez, defende que a cultura do consumo não seria possível sem o caráter “líquido-moderno” da

---

<sup>4</sup> O hedonismo, segundo o site Enciclopédia de Significados, é uma teoria filosófica que defende a busca pelo prazer e a minimização do sofrimento como objetivo central da vida. Os hedonistas acreditam que o prazer é o bem supremo e que as ações humanas devem ser direcionadas para aumentar a sensação de prazer e reduzir o desconforto, a dor ou o sofrimento.

contemporaneidade, onde já se instaurou certa desregulamentação da conduta humana, fragmentando vínculos sociais e também a percepção de si, posto que “O processo de auto-identificação é perseguido, e seus resultados são apresentados com a ajuda de "marcas de pertença" visíveis, em geral encontradas nas lojas”.

No centro de sua teoria, Bauman afirma que a modernidade líquida se caracteriza por uma desregulamentação da conduta humana e uma fluidez não antes vista das relações sociais. Nesse contexto, as pessoas buscam constantemente redefinir e construir suas identidades em um mundo em constante mudança.

O processo de auto-identificação, segundo Bauman, é influenciado pelo consumo. As pessoas buscam construir suas identidades através da aquisição de produtos e marcas que refletem seus valores, aspirações e desejos.

A cultura do consumo se alimenta da necessidade de redefinição constantes das identidades pessoais em um mundo líquido, onde as referências tradicionais são escassas. O ato de comprar e consumir não é apenas uma forma de satisfazer necessidades materiais, mas também uma maneira de buscar uma sensação de pertencimento em um ambiente de constante transformação.

Para Lipovetsky (2010), historicamente, existem três fases da indústria do consumo. A primeira fase ocorreu entre o final do século XIX e culminou com a Segunda Guerra Mundial. O autor vê, nessa época, as transformações sociais causadas pelo advento de infraestruturas de transportes e comunicações, além da construção de estradas de ferro e a invenção do automóvel. Esta é a era das fábricas. É o início da revolução das práticas de compra e venda e é a expansão da produção em série.

Um novo cenário surge após a Grande Guerra quando o indivíduo busca alcançar a satisfação de seus desejos mais privados e começa a buscar seu maior bem estar. Aqui é constante o estímulo por sentidos e certo caráter personalizado atribuído às mercadorias, produtos, objetos, serviços e marcas.

Já na fase três, o consumo torna-se intimidado. As satisfações a serem sanadas são de ordem emocional, lúdica e distrativa. Designa efeitos

para além de uma tendência de marketing. Hoje, o consumo é emocional, pautado pelo hiperconsumo, haja vista que o capitalismo desenvolveu-se para uma era na qual “o essencial de nossas trocas tende a tornar-se relações mercantis, é a quase totalidade de nossa existência que se encontra colonizada pelas marcas e pelo mercado” (LIPOVETSKY, 2010, p. 58). A comunicação e a aceleração da informação contribuem para mudanças de comportamentos e transformações culturais nessa seara.

Uma era de hiperconsumo se instaura, onde o capitalismo se adaptou para explorar não apenas as necessidades básicas, mas também as emoções, os desejos e as aspirações das pessoas. Todos os aspectos e searas de nossa existência estão impregnados de relações mercantis, com marcas e o mercado exercendo uma influência significativa sobre como vivemos. Essa mudança na dinâmica do consumo é influenciada, em grande parte, pela comunicação e pela aceleração da informação. A disseminação rápida de informações e a constante exposição a mensagens de marketing desempenham um papel fundamental na transformação da cultura contemporânea. As pessoas são constantemente bombardeadas por estímulos e mensagens que estimulam o consumo, criando um ciclo de consumo contínuo e um desejo por novas experiências emocionais.

O avanço do uso emergente da Internet acelerou a forma como convivemos, trabalhamos e também consumimos. Isso contribui para mudarmos como atuamos e percebemos o mundo. Emergentes profissões surgiram, como “influenciadores digitais”, “blogueiras” e “gamers”. Nesse contexto, por exemplo, um influenciador tem como função disseminar tendências e mostrar à audiência o seu cotidiano e suas escolhas, estimulando os consumidores ávidos por novidades e por saberem o que mais comprar. Consumidor chamado de “turbinado” por Lipovetsky (2007).

Na contemporaneidade, a tentativa de pertencimento já não permeia apenas a família ou a cidade onde se vive, mas também quais marcas e produtos o sujeito usa e qual rede social virtual participa. Bauman (2014) afirma, em "Vigilância Líquida", que há uma espécie de atualização das ideias de Descartes: “sou visto, logo existo”.

Na esteira dessas questões, temos que outro fator determinante no contemporâneo é a produtividade. Han (2017) afirma que a



supervalorização da produtividade ocasiona que os humanos sejam bombardeados por uma positividade excessiva, em que todos parecem ser bem-sucedidos e realizados em todos os âmbitos da vida. Essa competitividade por resultado também pode acarretar síndromes e sintomas, tais como depressão, burnout e ansiedade.

Han (2018) aborda a ideia que a cultura da informação, que nos oferece acesso ilimitado a dados, conteúdos e nos mantém constantemente conectados, também pode levar à solidão. Ele argumenta que o excesso de informações pode causar ansiedade e sobrecarga cognitiva, dificultando a busca por sentido e propósito na vida. Além disso, Han destaca que a cultura da informação e conectividade cria uma ilusão de liberdade e autonomia, quando, na verdade, estamos presos em uma rede de controle e vigilância por parte de empresas de tecnologia e governos que têm acesso a dados e podem manipular de maneiras sutis e sofisticadas.

A falta de pensamento analítico na cultura do enxame, segundo o autor, argumentando que ela nos encoraja a seguir a maioria e nos adaptar às opiniões mais populares, em vez de colaborar no desenvolvimento de nossas próprias perspectivas e percepções, desconfiando das intencionalidades escusas em pessoas, organizações e governos<sup>5</sup>.

Han também ressalta que a cultura da informação costuma criar uma ilusão de liberdade e autonomia. Vivemos na era da ilusão, na qual acreditamos que comunicar e escolher, mas, na realidade, estamos presos em uma rede de controle e vigilância. Empresas de tecnologia e governos têm amplo acesso aos nossos dados, o que lhes permite manipular nossos comportamentos de maneira sutil e sofisticada. Essa vigilância em larga escala é muitas vezes realizada em nome da publicidade direcionada, mas tem implicações profundas em termos de privacidade e liberdade.

Em suma, a análise de Han aborda as complexidades da era digital,

---

<sup>5</sup> O termo “capitalismo de vigilância”<sup>3</sup> é utilizado para descrever este processo, no qual o monitoramento constante e na coleta massiva de dados pessoais dos usuários, que são usados para alimentar algoritmos de inteligência artificial e gerar lucro para as empresas que detêm essas informações, como Meta e Google, se torna modelo econômico. O capitalismo de vigilância tem gerado críticas de especialistas em privacidade e defensores dos direitos dos consumidores, que apontam os riscos de abusos de poder, manipulação e violações de privacidade em massa. Além disso, há preocupações com a concentração de poder nas mãos de poucas empresas de tecnologia, que detêm uma quantidade enorme de dados pessoais e têm o poder de influenciar a opinião pública e o comportamento de consumo.

ressaltando a necessidade de encontrar um equilíbrio entre os benefícios e as emboscadas da perda de privacidade e da conformidade como fator predominante do estilo de vida.

A busca incessante e imediata pelo sucesso desse enxame tem causado prejuízos irreversíveis na sociedade. Conforme assevera Han, "a sociedade de desempenho [...] gera infartos psíquicos" e, por isso, ele argumenta que "a depressão é uma doença de uma sociedade sobrecarregada pelo excesso de positividade" (2017, p.29). A positividade parece ser palavra-chave de um discurso que reforça a necessidade de sucesso dos indivíduos, sem aceitar que a vida também é, inevitavelmente, permeada por frustrações, dores e sofrimentos.

### **1.3 Sociedade (Cansada) do Desempenho**

Conceitos trazidos por Lipovetsky e, mais contemporaneamente, por Byung Chul-Han, se cruzam quando buscamos explicações para o comportamento das sociedades ocidentais, já que descrevem fenômenos sociais, psicológicos e culturais que caracterizam o mundo (hiper)moderno. Embora cada autor desenvolva suas ideias de forma independente, é possível traçar conexões interessantes entre ambos, especialmente quando abordam a ideia de desempenho.

Desempenho é um conceito central em "A Sociedade do Cansaço," de Han (2015). Em sua obra, Han argumenta que vivemos em uma era em que a pressão constante de produtividade leva a um excesso de individualismo. As pessoas são incentivadas a se tornarem autogerenciáveis, a serem eficientes em todos os aspectos de suas vidas, e isso gera um fardo emocional e psicológico. Esse ambiente de hiperindividualismo, de acordo com Han, está diretamente ligado ao esgotamento e sintomas de doenças como *burnout* e depressão.

Segundo o autor, pessoas se tornam suas próprias julgadoras, buscando otimização constante e sucesso a qualquer custo. Além disso, embora estejamos mais conectados do que nunca, o autor argumenta que essa conectividade muitas vezes leva ao isolamento emocional. As relações humanas reais são substituídas por interações superficiais e pela pressão

para manter uma imagem positiva nas redes sociais. A cultura do cansaço, de acordo com Han, fragiliza a capacidade dos indivíduos de contemplar e apreciar o silêncio, por exemplo. A velocidade e a sobrecarga de informações tornam a reflexão profunda e a busca de significados mais difíceis de alcançar.

Lipovetsky, em "A Sociedade da Decepção" (2007), aborda os mesmos aspectos ao descrever uma cultura do hiperindividualismo na qual as pessoas buscam incessantemente a satisfação de seus desejos. A busca de prazer imediato e a ênfase na realização individual contribuem para uma ansiedade crônica, uma vez que as expectativas frequentemente se chocam com a realidade, levando à frustração.

Ambos afirmam que o culto ao desempenho, o individualismo e a busca incessante por satisfação têm implicações profundas na sociedade. Essas dinâmicas não apenas geram altos níveis de descontentamento, mas também podem alimentar uma sociedade de consumo de excessos, atenuada pela busca de produtos e experiências.

Tanto Han quanto Lipovetsky observam como a sociedade contemporânea está enraizada na cultura do prazer imediato, levando ao desgaste emocional dos sujeitos. Nesse sentido, a "sociedade do desempenho" é uma lente para entender como esses fenômenos se entrelaçam, resultando em uma teia de desafios que moldam nossa vida cotidiana.

**Figura 1:** TV Buddha, de Nam June Paik (1974)



Fonte: Wikiart (2023).

A criação da Internet e a vida em um mundo digital desempenham um papel central nessa dinâmica. A conectividade constante e a abundância de informações contribuíram para a busca de gratificação instantânea. As redes sociais e a disseminação de informações em tempo real através da internet também levaram a um constante desempenho social, onde a imagem e a reputação são constantemente avaliadas. Isso criou uma pressão adicional sobre os indivíduos para manter uma imagem pública idealizada, levando a uma crescente preocupação com a auto-exposição em uma sociedade cada vez mais midiaticizada, guiada por algoritmos e por uma cultura digital.

## **CAPÍTULO 2 – A MUDIATIZAÇÃO E O CAMINHO DO MEIO: A EMERGÊNCIA DO ECOSSISTEMA DIGITAL**

Neste capítulo apresentamos os conceitos de midiatização, redes sociais digitais e a plataforma TikTok, contextualizando sobre seu surgimento. Abordamos a mídia como uma extensão do homem, englobando diversas formas de comunicação e analisamos como era digital trouxe dispositivos midiáticos que impactam a produção, recepção e circulação de discursos. O discurso digital é híbrido, não linear e influenciado por algoritmos. A *world wide web* descentralizou o conteúdo informativo, impulsionando a colaboração e interatividade em blogs e redes sociais.

### **2.1. Comunicação em contextos digitais**

O pesquisador Wilbur Schramm, em "The nature of communication" (1971), sugere que a comunicação deva ocorrer por meio de três principais elementos: o enunciador, a mensagem e o receptor. Todavia, em grande parte das pesquisas originárias da comunicação, pouco havia se discutido, até então, sobre as potências do meio e/ou da mídia.

Fundamental para os estudos de comunicação, o termo "mídia" comumente é visto, conforme elucidado por McLuhan(1964), como extensões do homem. "Mídia" é um termo que se refere aos meios de comunicação de massa que são utilizados para transmitir informações, ideias e entretenimento para um público amplo. A mídia engloba diversas formas de comunicação, como jornais, revistas, rádio, televisão, cinema, Internet e redes sociais digitais. A palavra "mídia" também pode se referir ao conjunto de empresas, organizações e profissionais que produzem e distribuem esses conteúdos de comunicação. Essas empresas e profissionais trabalham na criação, produção, edição e distribuição de conteúdos informativos, educacionais, publicitários e de entretenimento para o público em geral. O potencial da Internet e do uso dos *smartphones* nos mostram que a mídia pode ser muito mais que extensões do homem, como veremos a seguir.

A criação da Internet representa um marco na evolução da comunicação. Inicialmente, a Internet foi idealizada como uma rede militar durante a Guerra Fria. No entanto, com o tempo, a internet se transformou em uma ferramenta global de comunicação. Esse novo meio permitiu que indivíduos de diferentes partes do mundo se comunicassem instantaneamente, derrubando barreiras de distância.

A Internet também deu origem a um fenômeno único: a democratização da comunicação. Qualquer pessoa com acesso à internet pode criar conteúdo, compartilhar notícias e opiniões, construindo sua própria audiência e participando ativamente de debates globais.

O desenvolvimento da web, segundo Recuero (2003), tem papel fundamental na descentralização do conteúdo informativo e jornalístico. O que antes era próprio do jornalismo tradicional ganha fortes competidores. Anteriormente, a divulgação de notícias e informações era predominantemente um domínio do jornalismo tradicional, representado por jornais impressos, revistas e transmissões de notícias em canais de televisão. No entanto, com o surgimento da web, surgiram competidores em potencial que desafiaram essa supremacia.

Em primeiro lugar, os blogs se tornaram um dos primeiros veículos a desempenhar um papel significativo nessa mudança. Os blogs são plataformas de publicação de conteúdos autorais digitais, onde indivíduos poderiam compartilhar suas opiniões, informações e perspectivas sobre uma ampla gama de tópicos. A agilidade na publicação, a acessibilidade e a linguagem informal dos blogs os tornaram uma alternativa atraente ao jornalismo tradicional.

Depois, as redes sociais on-line entraram em cena, desempenhando um papel mais significativo na descentralização do conteúdo digital. Plataformas como o *Facebook* e *Instagram* permitiram que os usuários compartilhassem notícias, informações e opiniões com suas redes de contatos em tempo real. A disseminação de conteúdo e o compartilhamento de informações através de redes sociais tornaram-se uma força na construção de narrativas. As primeiras redes sociais digitais foram criadas na década de 1990, no entanto só se tornaram populares na década de 2000, com o surgimento do *Friendster*, *Myspace* e,

posteriormente, o *Facebook*. Essas plataformas permitiam que os usuários criassem perfis personalizados, adicionassem amigos e compartilhassem fotos, pensamentos, opiniões e informações pessoais.

O conteúdo colaborativo ganhou espaço em relação à mídia tradicional. A capacidade de cidadãos comuns contribuírem com informações e perspectivas enriqueceu o panorama da comunicação. Além disso, esse processo contribuiu para uma horizontalização dos processos comunicacionais (CASTELLS, 1999).

O discurso narrativo digital é desenvolvido através da linguagem, semioticamente<sup>6</sup> falando, híbrida, na qual é possível usar imagens, figuras animadas, letras e som em um mesmo texto. Também podemos observar que o discurso construído para e na Internet tem estrutura não necessariamente linear, isto é possível, por exemplo, devido à função de “hiperlinks”, nos quais direciona-se o leitor a outra janela ou conteúdo complementar.

Outra funcionalidade importante da linguagem digital e online a ser compreendido é o termo “algoritmo”. Um algoritmo é uma sequência de instruções computacionais que visa resolver um determinado problema ou realizar uma tarefa específica. Os algoritmos são utilizados em diversas áreas da computação, como na programação de *softwares*, na análise de dados, no processamento de imagens, entre outros. Eles são compostos por uma série de passos lógicos e precisos, que devem ser executados na ordem correta para alcançar o resultado desejado. A eficiência e a precisão de um algoritmo são fundamentais para a sua utilidade prática. Por fim, os discursos narrativos também são influenciados pelos algoritmos, isto é, fórmulas que condicionam e entregam conteúdos às suas supostas audiências ideais.

Redes sociais digitais, então, são plataformas on-line que permitem que usuários se conectem e compartilhem informações com outras pessoas, formando comunidades virtuais baseadas em interesses comuns, amizades ou laços sociais. As redes sociais digitais permitem que os

---

<sup>6</sup> A semiótica, segundo a Enciclopédia de Significados, também chamada de semiologia em alguns contextos, é o estudo dos signos e dos processos de significação. Ela é uma disciplina que investiga como os símbolos, sinais e códigos usados para representar e transmitir significados em diversas formas de comunicação.

usuários criem e compartilhem conteúdos, interajam com outras pessoas, formem grupos e participem de eventos virtuais.

Em um contexto cada vez mais digital, é crucial examinar como as ferramentas de desempenho e transmissão social impulsionam o consumo nas plataformas digitais, promovendo um consumo participativo. Conseqüentemente, é possível notar a prática do *streaming social* (HAGEN; LÜDERS, 2017), no qual os usuários das plataformas de *streaming* e redes sociais digitais são influenciados e conectados por meio do compartilhamento de determinado produto ou informação.

Além disso, as funcionalidades das plataformas digitais incentivam os usuários a compartilhar seus gostos, gêneros e interesses comuns com outras pessoas por meio de sua própria performance nas redes. Isso reforça o senso de pertencimento e identidade, permitindo que o usuário, por meio de sua própria performatividade, contribua para a formação de uma comunidade ainda maior, como destaca Van Dijck (2007).

## **2.2. TikTok: contexto de surgimento**

O TikTok é um aplicativo de mídia social que permite aos usuários criar, compartilhar e assistir a vídeos curtos. O aplicativo foi criado pela empresa chinesa ByteDance e foi lançado pela primeira vez em setembro de 2016 na China; em 2017, ele foi lançado para o mercado internacional com o nome TikTok.

O conceito do TikTok é baseado em vídeos curtos, com duração de 15 segundos a pouco mais de um minuto, nos quais os usuários podem criar e editar clipes com música, efeitos especiais, filtros e ferramentas de edição. O aplicativo se tornou popular, especialmente entre os jovens, devido à sua facilidade de uso e à sua capacidade de criação de conteúdo criativo e divertido de forma intuitiva.

Com o objetivo de alcançar uma maior proporção internacional, a ByteDance tomou ações estratégicas para impulsionar o TikTok no Ocidente. Em 2017, a empresa adquiriu a *Musical.ly*, um dos maiores concorrentes de seus aplicativos, e incorporou suas funcionalidades ao TikTok (ABIDIN, 2020). No entanto, a aquisição do *Musical.ly* não trouxe



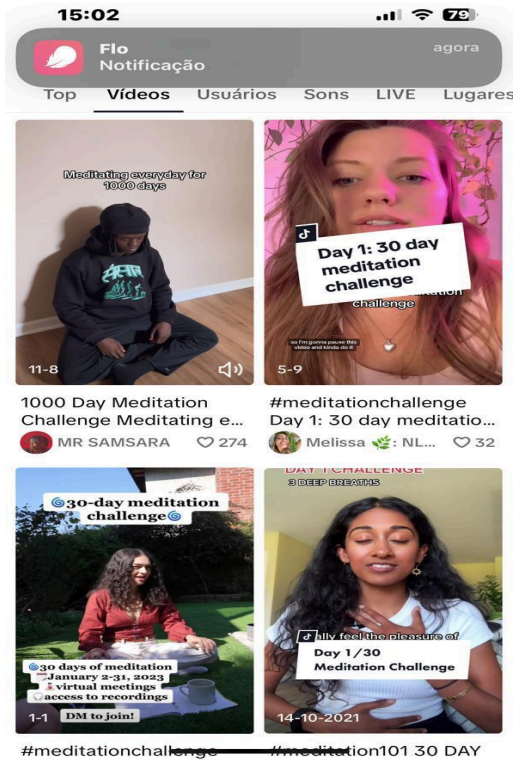
apenas a tecnologia, como também, a sua base de usuários de 70 milhões, o que contribuiu significativamente para aumentar a popularidade do TikTok e impulsionar seus *downloads* (KHATTAB, 2019).

No ano seguinte, a plataforma já colhia os frutos de sua expansão no Ocidente. No primeiro trimestre de 2018, o TikTok se tornou o aplicativo mais baixado em todo o mundo, com 45,8 milhões de *downloads* digitais, ultrapassando gigantes do setor como o *YouTube*, *Instagram* e *Facebook*, de acordo com dados chineses. Porém, foi em 2020, justamente com a mundialização da pandemia de Covid-19, que o Tiktok ganhou repercussão global, conforme noticiado pelo Portal Terra.

Compreender as opções diversas na construção de vídeos é uma chave importante para discutir as ferramentas utilizadas pelo TikTok para garantir o engajamento de seus usuários. Além das funcionalidades já mencionadas, como seguir perfis, comentar e reagir a publicações (como outras redes sociais também permitem), a plataforma possui uma característica única de permitir que os usuários "dividam a tela" em vídeos-dueto com outros usuários (KHATTAB, 2019). A plataforma também permite criar vídeos dublando outras pessoas, usando trechos de filmes e programas de tv, por exemplo.

A viralização de desafios tematizados, conhecidos como "*challenges*", juntamente com a organização desses conjuntos de vídeos em *hashtags*, serve como mais um convite persuasivo para que os usuários se vinculam às tendências da plataforma, como aponta Khattab (2019). O Tiktok, em 2022, somava cerca de 1 bilhão de usuários ativos mensais, sendo que mais de 40% dos mesmos estão entre 18 e 24 anos.

**Figura 2:** Reprodução de pesquisa realizada no TikTok.



Fonte: TikTok (2023).

Na imagem acima, por exemplo, podemos visualizar uma pesquisa realizada pela autora, em seu perfil pessoal, sobre um desafio (Challenge) de meditação. As hashtags #meditationchallenge e #30daymeditation, por exemplo, oferecem resultados com vídeos de perfis diversos, nos quais pessoas comuns, de todo lugar do mundo, postam curtos vídeos ensinando ou mesmo relatando sua experiência pessoal enquanto realizavam um mês de meditação todo dia.

Durante os anos 2020 e 2021, época quando a pandemia de Covid-19 foi mais avassaladora, a recomendação do hábito da quarentena e afastamento social, juntamente com ações governamentais de fechamento de fronteiras, contribuíram para a macro influência da busca por melhoria da qualidade de vida, ainda que dentro do ambiente doméstico. Essa mudança forçada na rotina cotidiana contribuiu para uma macro influência na busca por melhorias na qualidade de vida.

O lar passou a desempenhar múltiplos papéis, transformando-se em um escritório, escola, salão de beleza, academia, templo etc. Como Lima (2018) observou, esse fenômeno provocou uma desconstrução da

territorialidade do lar, desafiando as noções convencionais de como as pessoas vivenciam e utilizam o espaço doméstico, à medida que tentavam se adaptar a uma nova realidade imposta.

### **2.3. Miatização e consumo nas redes sociais**

O consumo é como um ritual, segundo Sanchez(2012), que segue um roteiro pré-definido: de contemplação-estimulação do desejo. Segundo Flusser (1993), as imagens são fundamentais no exercício da representação, contemplação e no desenvolvimento do homem e de sua cultura.

Inicialmente, as imagens estavam envoltas em um manto de sacralidade e religião, sendo objetos de culto e veneração. No entanto, o que Flusser destaca é a transformação notável que ocorreu quando o sujeito humano começou a desvincular as imagens do sagrado. Na modernidade, os indivíduos começaram a criar representações visuais inovadoras, como pinturas, cinema e fotografia. Essas formas de representação visual permitiram uma nova experiência da realidade, pois não estavam mais restritas ao âmbito religioso, mas sim se tornaram meios de expressão artística.

O advento da imagem digital representa a mais recente revolução nesse processo. A imagem digital não apenas ampliou as possibilidades criativas, mas também transformou fundamentalmente a forma como interagimos com o mundo, como registramos nossa história e como especialmente compartilhamos nossas experiências e contamos nossas histórias.

Assim como lugares de contemplação do divino (templos e igrejas), contemplação da arte (museus), existem também diversos templos de contemplação do consumo, desde shoppings até mesmo as mesmas igrejas, onde se compram e vendem lembranças, livros sagrados, fitinhas do Senhor do Bonfim, ou aplicativos de rede social virtual onde se compram e vendem-se artigos e serviços variados, inclusive espirituais. No período desta pesquisa, o consumo on-line ganhou força, já que as pessoas não podiam sair de casa e, por isso, seus sentidos se voltaram para contemplar

novas mercadorias e novas formas de consumi-las.

Hjarvard afirma que “a midiatização diz respeito às transformações estruturais de longa duração na relação entre mídia e outras esferas sociais” (2014, p. 24-25), criando um processo simbiótico entre as mídias e as outras searas. Não existe um mundo que não seja midiatizado ou “midiatizável”. Posto isso, a midiatização de diversos campos da vida humana possibilitou que formadores de opinião ganhassem espaço. Inúmeras pessoas vêm construindo carreiras como produtores de conteúdo e influenciadores e, para isso, precisam legitimar seu conhecimento, ou mostrar-se detentor de capital social.

Bourdieu (2007), por sua vez, afirma que o capital pode se manifestar de três formas: econômico, cultural e social. O primeiro diz respeito ao dinheiro por si; o segundo envolve os ativos sociais como educação e intelecto e, por fim, o terceiro diz respeito à rede de relacionamentos de um indivíduo. Assim, um influenciador precisa ter educação e legitimidade sobre um assunto, mas também capital social, ou seja, rede de amigos ou *followers*.

Nas últimas duas décadas, temos testemunhado o fenômeno da cultura de convergência, e de acordo com Jenkins (2009), a participação coletiva emerge como um dos principais impulsionadores desse conceito sociocultural através dos meios de comunicação. A cultura de convergência refere-se ao fenômeno de diferentes formas de mídia, como texto, imagem, áudio e vídeo, convergirem em plataformas digitais.

Nesse contexto, a participação coletiva, ou seja, a colaboração entre indivíduos em um ambiente digital, emergiu como um dos principais impulsionadores dessa transformação sociocultural. Hoje, o ato de consumir tornou-se um processo colaborativo (JENKINS, 2009). As redes sociais desempenham um papel fundamental nesse processo. Por exemplo, os consumidores podem postar análises de produtos, compartilhar suas experiências em restaurantes, discutir filmes ou músicas. Tudo isso ocorre em um ambiente digital, onde a participação coletiva é incentivada e valorizada.

Um aspecto característico dos processos comunicacionais, nesse momento percebido, é a remediação dos veículos tradicionais de

comunicação para o ambiente digital. Isso se tornou possível graças aos canais digitais mais recentes, que reconhecem e adaptam os formatos de linguagem anteriormente utilizados nos meios tradicionais. Além disso, eles compreendem as transformações socioculturais e mercadológicas pelas quais os meios tradicionais passaram.

Essas reconfigurações têm um impacto direto na adaptação dos processos de produção, circulação e recepção de conteúdo e informações. A dinâmica colaborativa das mídias sociais e o reconhecimento da interconexão entre os meios de comunicação tradicionais e digitais têm levado a uma evolução na forma como as pessoas consomem e compartilham informações, influenciando toda a cadeia de produção e consumo de conteúdo.

As redes sociais têm desempenhado um papel significativo na difusão de conteúdo de forma colaborativa na era digital. Essa forma de compartilhamento colaborativo permite que as informações se espalhem rapidamente e alcancem um grande público. Ao mesmo tempo permite que os usuários interajam diretamente com o conteúdo compartilhado. Isso pode acontecer por meio de comentários, curtidas, compartilhamentos adicionais e mensagens diretas. Além disso, o engajamento e a interação incentivam mais compartilhamentos, aumentando a disseminação do conteúdo.

Diante do fenômeno global da midiatização da vida, entendemos que seja, no mínimo esperado, que manifestações religiosas também passem pelo processo contemporâneo da midiatização. É interessante notar que os códigos semióticos da mídia, misturados aos códigos religiosos e culturais, parecem criar um terceiro e novo código, em forma e expressão, no qual a compreensão do religioso ganha emergentes potencialidades, que abrangem conceitos como política, valores, sociedade e identidade.

## **CAPÍTULO 3 – ORIENTALISMO E BUDISMO, ELEMENTOS HISTÓRICOS E CONCEITUAIS**

Neste capítulo, exibimos alguns conceitos relacionados à história e filosofia budistas, além de explicitar o que é a meditação e como ela se tornou nosso objeto de estudo. Abordamos a complexa disseminação do budismo e a interação entre diferentes culturas em seu caminho até o Ocidente e a atualidade. Além disso, exploramos como a religião e espiritualidade se adaptam às demandas da sociedade contemporânea.

### **3.1. Orientalismo e o Budismo no Ocidente**

A liberdade de escolha abrange diversas áreas da vida humana e social, no mundo pós-moderno. Além de poder escolher com quem se casar, quantos filhos ter, onde viver, qual profissão seguir, em quem votar etc., na atualidade, também podemos escolher em que/quem acreditar, quais nossos objetos de culto ou quais cosmovisões estão de acordo com a nossa identidade e os nossos valores. Segundo Berger, em "Múltiplos Altares da Modernidade", "Esta é uma interessante maneira de colocar as coisas, porque usa a linguagem do destino ("Quem sou eu") para transmitir uma compreensão de como a pessoa escolhe quem ela é" (2017, p. 27).

Geertz define religião como "(1) um sistema de símbolos que atua para (2) estabelecer poderoso, penetrante, e modos de longa duração e motivações nos homens por (3) formulação de concepções de ordem geral da existência e (4) vestindo essas concepções com tal aura de factualidade que (5) os humores e motivações parecem singularmente realistas" (GEERTZ, 2014, p.67). As religiões, como sistema de símbolos, estão enraizadas na vida humana, símbolos estes que motivam comportamentos nos indivíduos, por exemplo.

Em sua obra "As Formas Elementares da Vida Religiosa" (1996), Durkheim discute a função da religião na sociedade, destacando a sua importância na integração social e no desenvolvimento da sociedade. Já Weber (2007), contemporâneo de Durkheim, aborda a função da religião introduzindo o conceito de "ação social", que diz sobre a capacidade do

indivíduo de agir de acordo com pressupostos e entendimentos coletivos, dependendo do contexto em que o está inserido. Weber argumenta que as religiões protestantes e a reforma religiosa desempenharam um papel fundamental na reconfiguração social que trouxe o capitalismo para o centro da vida humana, através também de diversas ações sociais e institucionais.

O "espírito do capitalismo", conforme definido por Weber, é um conjunto de ideias e hábitos que promovem a busca racional pelo ganho econômico, a dedicação a uma profissão e a acumulação de riqueza como valores fundamentais para o desenvolvimento individual. A influência dos dogmas e símbolos protestantes favoreceu o progresso da vida econômica e cultural do homem moderno, tornando o acúmulo de riquezas materiais parte integrante da construção de sua vida.

A relação entre fé, espiritualidade e a história da humanidade é antiga, mas a pós-modernidade representa uma quebra significativa em seus conceitos. Enquanto Weber previa que a religião perderia sua relevância na vida humana conforme a racionalidade e a secularização se tornassem os novos pilares da sociedade, Berger (2017) contesta essa teoria, afirmando que o mundo contemporâneo é tão profundamente religioso quanto qualquer outro período, embora a forma como as pessoas se relacionam com a religiosidade seja o que realmente tenha evoluído e mudado e não a religião em si.

À medida que a cognição humana e a compreensão das emoções evoluíram, também evoluíram os pensamentos filosóficos, culturais e religiosos. A religiosidade e espiritualidade do ser humano buscam transformar-se, em uníssono, com o homem e as outras searas de sua vida.

O interesse por religiões não-cristãs se dá de diversas formas, inclusive com caráter e olhar antropológico ainda colonial (SAID, 2007), tendo em vista o eurocentrismo das instituições e pesquisadores acadêmicos. Budismo e Hinduísmo, por exemplo, foram, diversas vezes, estudados e observados, porém sempre a distância e, muitas vezes, com objetivo de retrato histórico do exótico.

O budismo foi um fenômeno marginal e pouco se sabe sobre seus primeiros tempos. Durante o período "pré-sectário", que durou cerca de cem anos após o falecimento de Sidarta Gautama, o Buddha, fundador da

religião, ocorreram dois importantes concílios, embora o conhecimento sobre eles se baseie em fontes posteriores. A introdução e ênfase na literatura *abhidharma*<sup>7</sup> foram acompanhadas por várias separações dentro da organização monástica, e a literatura era específica de cada escola.

A história da disseminação do budismo é complexa, e o processo de propagação da religião variou de acordo com a região e o período histórico em questão. O primeiro contato ocidental com a religiosidade oriental que temos conhecimento se deu quando Alexandre, o Grande, depois de haver vencido o Império Persa, chegou ao Vale do Indo, em 327 a. C. Durante suas campanhas, Alexandre chegou à Índia e encontrou-se com representantes do budismo (KEARY,2000).

Um dos primeiros registros escritos do budismo na Grécia helenística<sup>8</sup> é encontrado nos escritos do filósofo cínico Menandro. É interessante notar que há algumas referências e evidências que sugerem possíveis contatos entre o budismo e a cultura grega na época da Grécia helenística. No entanto, as evidências são indiretas e, muitas vezes, ambíguas, levando a interpretações diversas.

O filósofo cínico é mencionado por algumas fontes como tendo entrado em contato com o budismo, mas esses registros são escassos e sua exatidão é debatida pelos estudiosos. Menandro, também conhecido como Menandro I ou Menandro Soter, foi um rei indo-grego do Reino Greco-Báctrio, que governou por volta do século III a.C., após a morte de Alexandre, o Grande. Ele governou em uma região que é, atualmente, parte do Afeganistão e do Paquistão. É relevante destacar que, na época, havia uma interação complexa de culturas e ideias devido à expansão dos

---

<sup>7</sup> Os escritos do Abhidharma são uma coleção de textos fundamentais dentro do budismo, que se concentram em explorar e analisar a natureza da realidade, da mente e da experiência humana. Esses escritos fazem parte dos ensinamentos budistas e são considerados uma parte crucial das escrituras canônicas em várias tradições budistas. A palavra "Abhidharma" deriva do sânscrito e pode ser traduzida como "Além do Ensino". Esses textos são uma tentativa de analisar, categorizar e sistematizar os ensinamentos do Buda contidos nos sutras (ou sutras) para uma compreensão mais profunda das complexidades da mente e da realidade.

<sup>8</sup> O Helenismo foi um período histórico e cultural que se seguiu à conquista do Império Persa por Alexandre, o Grande, no século IV a.C., e perdurou até a expansão do Império Romano, por volta do século I a.C. Durante esse período, o mundo mediterrâneo e partes do Oriente Médio foram profundamente influenciados pela cultura e civilização grega, principalmente devido à conquista e difusão da cultura helênica pelos domínios do Império de Alexandre.



impérios helenísticos e indianos. No entanto, afirmar com certeza que Menandro incorporou ou compreendeu os ensinamentos budistas é difícil de estabelecer com as fontes disponíveis.

A disseminação do budismo foi facilitada pela existência de rotas de comércio que conectam diferentes partes da Ásia, principalmente. Os comerciantes e mercadores que viajavam ao longo dessas rotas, muitas vezes, levavam consigo ideias e práticas religiosas, incluindo o budismo. Especialmente importante, nesse sentido, foi a Rota da Seda<sup>9</sup>, que conectava a China à Ásia Central e, de lá, ao Oriente Médio e à Europa.

**Figura 3:** A Rota da Seda.



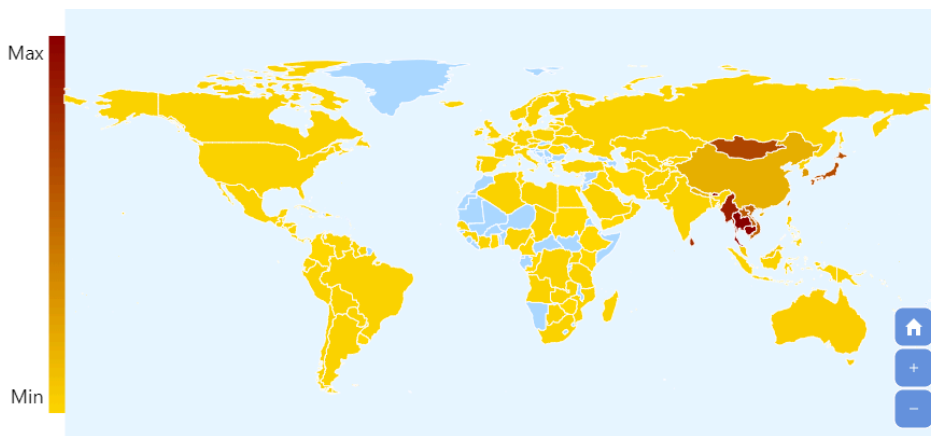
Fonte: History Maps (2023).

Com o tempo, o Budismo foi sendo aceito e adotado em diversos países da Ásia, incluindo Sri Lanka e Coréia, onde tornou-se a religião oficial. Durante a Idade Média, houve um encontro marcante entre o budismo e o Ocidente, quando o monge franciscano Guilherme de Rubruquis, enviado como embaixador pelo rei Luís IX de França, à corte mongol do grão-cã Mangu, em Cailaque (atualmente no Cazaquistão), porém, nesse tempo, o budismo ainda não era compreendido pelos ocidentais. Antes do século XX, no entanto, ainda muito pouco se sabia sobre as religiões ocidentais.

<sup>9</sup> A Rota da Seda consistia em várias rotas terrestres e marítimas que se estendiam por milhares de quilômetros. Essa rede de rotas cruzava vastas extensões da Ásia, da China ao Mediterrâneo, e era vital para a interconexão entre diferentes partes do mundo. Ela recebeu o nome da seda, um dos produtos de luxo mais valiosos e desejados que era frequentemente comercializado ao longo dessas rotas. No entanto, as mercadorias trocadas na Rota da Seda iam muito além da seda e incluíam especiarias, porcelana, jóias, tecidos, plantas até mesmo conhecimento e religião.

Com a cultura pop<sup>10</sup> de meados do século XX, o contato com culturas, práticas e fé orientais se intensifica e entre os anos 60 e 70; a Guerra do Vietnã, os Beatles meditando e Harrison escrevendo “*My Sweet Lord*”, após ir viver em *ashram* no norte da Índia e o movimento “contracultura”<sup>11</sup> foram de grande relevância para entendermos como as pessoas vieram a se interessar pela cultura oriental. Dentre os fatores que contribuíram para isso, destacam-se a ausência de uma figura divina central e a experiência individual. Podemos observar, na figura abaixo, a proporção do número de adeptos ao Budismo no mundo atualmente.

**Figura 4:** O Budismo no Mundo.



Fonte: Pew Research Center (2023).

O Oriente, tal como ocidentalmente conhecemos, é uma ideia, uma história imagética acerca de geografia, sociedade e cultura. Edward Said relata, em “*Orientalismo*” (2007), que é um erro (ocidental) concluir que o Oriente seja essencialmente as ideias criadas através do olhar

<sup>10</sup> Cultura pop, abreviação de “cultura popular”, refere-se ao conjunto de ideias, imagens, práticas, objetos e tendências que são amplamente aceitos, compartilhados e consumidos por uma grande parte da sociedade em um determinado momento. É uma expressão da cultura que se desenvolve a partir das preferências, gostos e interesses do público em geral, muitas vezes influenciada por mídias de massa, entretenimento e tecnologia.

<sup>11</sup> Contra-cultura, também conhecida como contracultura, refere-se a um movimento cultural, social e político que se desenvolve como uma resposta ou rejeição às normas, valores e instituições predominantes da sociedade em que ocorre. Em vez de se conformar com as convenções tradicionais, a contra-cultura procura desafiar, subverter ou transformar os padrões estabelecidos. Exemplos históricos de contracultura incluem o movimento hippie dos anos 1960, que promoveu a paz, o amor livre e o engajamento político; e o movimento punk que emergiu nas décadas de 1970 e 1980, que desafiou as normas sociais e musicais estabelecidas através de sua atitude rebelde e estilos distintos (ROZAC, 1969).

supostamente oposto, o Ocidental. Existem culturas e nações localizadas no Leste e suas histórias e costumes nos foram relatadas não de forma crua, mas estudadas pelas lentes de quem escreve a história.

As religiões orientais e suas práticas e ritos são constantes objetos de observação e estudo para os ocidentais. Berger afirma que os Estados Unidos foram um país, talvez o principal, a ser suscetível para absorver culturas e práticas religiosas orientais. "Milhões de americanos praticam yoga e artes marciais, se dedicam à meditação e acreditam em reencarnação" (2007, p. 67).

Weber (1997) afirma que o saber prático e a compreensão do sentido do mundo só são racionalmente alcançados por meio do domínio sobre si próprio, de treino regular de corpo e mente, algo comum nos ritos religiosos e filosóficos orientais. Ainda segundo Weber, essa magia hindu-budista do encontro à iluminação é, certamente, hábito de uma elite especializada, que tem como propósito a contemplação e se dedica a isso. Mesmo que a maioria da população de cultura asiática, leiga, não participasse necessariamente dos fundamentos espirituais de suas crenças, as fronteiras entre fé, misticismo, filosofia e cultura são, em geral, descompromissadas em se distinguir.

Campbell argumenta que (2008) é difícil para uma mente ocidental compreender quão profunda é a impessoalidade do oriental, visto que para entender o Budismo, é necessário abandonar o olhar cristão sentimentalista e colonial e começar o exercício de contemplar informações que ainda não nos foram contadas. O interesse pelo exótico ou por uma fé ainda desconhecida para os ocidentais se expande também para o digital. Conforme Bauman (2008), os limites concretos de espaço físico já não são importantes mais, e o uso cada vez mais frequente de redes sociais virtuais nos possibilita diferentes formas de conexão, interação e relacionamento.

Já o filósofo Žižek (2004) coloca que as religiões, na atualidade, estão prontas para servir a busca pós-moderna do prazer, algo coerente com o materialismo sustentado pela indústria do consumo. Lipovetsky (2007) observa que, em tempos passados, a moral e as restrições sociais limitavam o indivíduo e a sociedade contemporânea a valorizar a liberdade de buscar o próprio prazer. No entanto, existem desafios desse hedonismo

excessivo, como a superficialidade das relações interpessoais, o consumismo desenfreado e a obsessão pela imagem pessoal. Para Lipovetsky, o hedonismo contemporâneo é uma faca de dois gumes, oferecendo liberdade e prazer, mas também gerando ansiedade, vazios existenciais e uma busca constante por novas formas de satisfação.

A religião atualiza-se, abandonando características clássicas e caminhando em direção ao espírito da contemporaneidade. Desde o final do século XIX, inaugura-se uma emergente tendência a compreender religião de forma integrativa, rejeitando regras rígidas estabelecidas por instituições e ampliando o termo “religiosidade” para a filosofia de vida, na qual se é possível construir um repertório personalizado de crenças combinado ao mundo secular. Esses movimentos têm importância na reinvenção do hinduísmo e do budismo, e na ampla divulgação de suas práticas para alcançar bem estar, felicidade e saúde.

### **3.2. O Dharma Budista**

O Budismo, hoje, é a quarta maior religião do mundo em número de adeptos, tendo sobrevivido às diversas transformações histórico-geográficas e transnacionais da Ásia, onde foi fundado e se desenvolveu. Os países nos quais o Budismo é mais presente, atualmente, são China, Tailândia e Sri Lanka.

Em sua origem filosófica, é uma religião complexa, que se baseia em fundamentos básicos como a idéia do carma (karma), nirvana e ainda a veneração ao Buda, ou a sua personificação.

Para o entendimento da visão budista, alguns conceitos são fundamentais: *Karma* se refere à crença de que todas as ações, pensamentos e intenções têm consequências, podendo ser positivas ou negativas, afetando a vida presente e futura do indivíduo. Em segundo lugar, há a noção de *Anatta*, que sugere que não há um “eu” ou alma permanente e independente dentro de cada pessoa, mas sim uma personalidade e identidade moldadas por eventos mentais e físicos em constante transformação e fluidez. Em terceiro, encontra-se o conceito de *Nirvana*, ou o estado de iluminação e libertação do sofrimento, que é

alcançado através da compreensão e prática correta dos ensinamentos de Buda. E, por último, também é importante conhecer Dharma, isto é, o conjunto de princípios e ensinamentos que formam a base da compreensão budista sobre a natureza da realidade, a vida, o sofrimento e o caminho para a iluminação. Esses ensinamentos incluem as Quatro Nobres Verdades e o Nobre Caminho Óctuplo, que oferecem orientações sobre como superar o sofrimento e alcançar a libertação do ciclo de nascimento, morte e renascimento (samsara). Além disso, "dharma" também pode se referir a todos os fenômenos e objetos existentes no universo, reconhecendo que tudo está sujeito a impermanência e interdependência.

*Buddha*, cuja raiz etimológica em Sati quer dizer “iluminar” ou “despertar”, é um título dado a alguém que atingiu a outra margem da existência, isto é, libertou-se de todo e qualquer sofrimento humano físico. Esse é um conceito particularmente complicado de ser compreendido, pois é inerente ao humano o passar por dores e angústias mundanas. Para o Budismo, o sofrimento está relacionado fundamentalmente ao apego material e terreno.

Gautama, ou aquele que se conhece como o Buddha, nasceu onde hoje se localiza a fronteira entre Índia e Nepal. Foi contemporâneo de Pitágoras<sup>12</sup>, Lao Tse<sup>13</sup> e Zoroastro<sup>14</sup>. A história acerca de sua vida conta que ele era filho de um príncipe abastado hindu, nascido com diversos privilégios e que, mais tarde, já casado e com filhos, certo dia, decide abandonar seu palácio para conhecer o mundo. Em seu primeiro dia fora dos muros do palácio, Siddharta Gautama se depara com quatro cenas que modificam o seu pensar sobre o mundo: um ancião, um homem doente, um cadáver e um “*sadhu*”<sup>15</sup>. Após seu encontro com o sadhu, o príncipe abdica

---

<sup>12</sup> Pitágoras foi um filósofo e matemático grego que viveu por volta do século VI a.C. Embora muitos detalhes de sua vida permaneçam obscuros e envoltos em lendas, ele é amplamente reconhecido por suas contribuições significativas para a matemática, filosofia e música.

<sup>13</sup> Laozi, também escrito como Lao Tse ou Lao Tzu, foi um filósofo chinês antigo frequentemente associado ao taoísmo. Sua vida exata e existência histórica são objeto de debate e incerteza, mas ele é tradicionalmente considerado o autor do "Tao Te Ching", um texto fundamental do taoísmo.

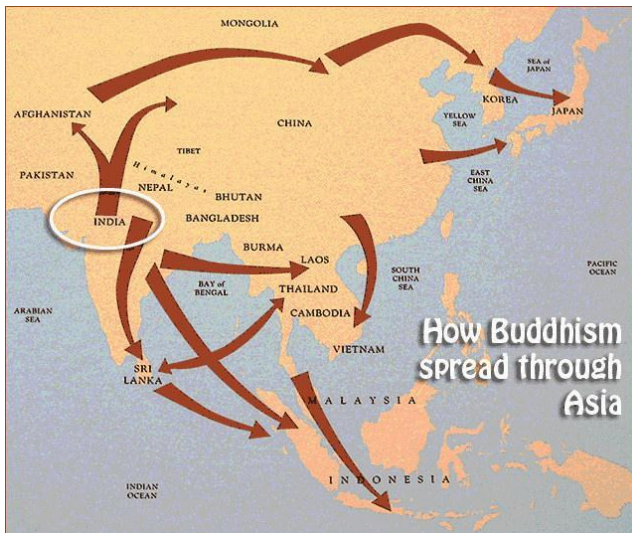
<sup>14</sup> Zoroastro, também conhecido como Zaratustra, foi o fundador do zoroastrismo, uma das religiões mais antigas do mundo. Ele é uma figura histórica que teria vivido na antiga Pérsia (atual Irã) em algum momento entre o século XVII e o século VI a.C.

<sup>15</sup> Um sadhu é um termo que se refere a um asceta ou praticante religioso na Índia, especialmente associado ao hinduísmo. Os sadhus renunciam às preocupações mundanas

de sua confortável vida e decide dedicar sua existência à busca da Verdade.

Gautama dedicou anos da sua vida para viajar, estudar filosofia e meditar, até chegar a Bodh Gaya, atual Bihar, onde teria se sentado debaixo de uma figueira e prometeu a si mesmo ali ficar até encontrar a Iluminação ou o Nirvana, conceito que procurou explicar e ensinar, em anos seguintes, através do conceito de “Dharma”, ou algo que podemos traduzir como “a Lei”. Calcula-se que Buda tenha vivido entre 563 e 483 a.C., porém sua mais antiga bibliografia, a do cânon páli, foi escrita em 80 a.C., no Ceilão, a anos de distância dos seus fatos (CAMPBELL, 2008).

**Figura 5:** O Budismo na Ásia.



Fonte: History Maps (2023).

### 3.3 Contemplando a meditação

No Tibete, de acordo com Rinpoche (2016), um dos territórios onde o Budismo se expandiu, a palavra para a técnica de meditação tradicional é “gom”, que significa “familiarizar-se com” e, segundo essa tradução, podemos compreender a técnica, para o budismo tibetano, como um processo para conhecer a própria mente.

Práticas meditativas ou de contemplação tem diversas origens, incluindo diferentes culturas e religiões. Na Índia, existem registros

---

e buscam uma vida de devoção espiritual, meditação e autocontrole. Eles geralmente seguem um caminho de renúncia, afastando-se das posses materiais e das convenções sociais em busca de uma compreensão mais profunda da vida espiritual e da realização pessoal.

pictográficos datados em 1500 A.C. que retratam referências à meditação, dentro da tradição dos Vedas, ou textos sagrados do hinduísmo<sup>16</sup>.

A técnica de meditação envolve concentração e atenção, é uma atividade que, em seu cerne, está a consciência humana. Kabat-Zinn (2003) foi pioneiro ao adaptar técnicas e ensinamentos budistas para uma linguagem mais secular e ocidental, trazendo o termo “*Mindfulness*” para o Ocidente<sup>17</sup>. Mindfulness é um termo que se refere a um estado mental de consciência plena e atenção focada no momento presente. Envolve estar completamente presente e consciente do que está acontecendo em sua mente, corpo e ambiente imediato, sem julgamentos ou distrações.

A prática de mindfulness é, frequentemente, associada ao budismo, mas foi secularizada e adaptada para uso em contextos terapêuticos e de autocuidado. O termo já foi bastante difundido, mas ainda parece simplório para explicitar a prática, que envolve uma espécie de alerta constante em relação ao presente.

Independentemente do seu nome ou tradução do mesmo, os benefícios da prática são diversos e comprovados cientificamente. Existem pesquisas que relacionam a meditação com melhorias em transtornos de ansiedade, insônia, regulação emocional, como a pesquisa feita pela Universidade de Zurique (LUTZ *et. al.*, 2013), que afirma que a prática de mindfulness treina regiões cerebrais que são ativadas em momentos de stress ou medo. Isso significa que a prática pode ser benéfica na autorregulação emocional dos indivíduos.

As práticas de meditação eram ainda pouco conhecidas no Ocidente ao menos até o final dos anos 1960. Maharishi Marash Yogui, criador da MT (meditação transcendental) foi um dos primeiros nomes relacionados à meditação a ficar conhecido nos Estados Unidos e

---

<sup>16</sup> Os Vedas são um conjunto de textos sagrados e antigos que formam a base da religião e filosofia hindu. Eles são considerados os textos mais antigos da literatura religiosa e espiritual do hinduísmo. Os Vedas são escritos em sânscrito e são compostos por uma coleção de hinos, mantras, poemas e textos rituais que foram transmitidos oralmente por gerações antes de serem registrados por escrito.

<sup>17</sup> O termo “mindfulness”, muitas vezes traduzido como atenção plena, é reduutivo, já que o fenômeno ligado à prática de meditação inclui nossa atenção, intenção e aceitação. “Mindfulness” foi o termo encontrado por Thomas William Rhys Davids, estudioso da religião budista e da meditação no Sri Lanka. A tradução mais próxima do sentido da palavra provavelmente seria “mente plena” ou ainda “consciência plena”, porém adotaremos o termo “atenção plena”, devido sua ampla divulgação.

Inglaterra, graças aos Beatles terem aderido à técnica (MÁXIMO-FILHO, 2011). Hoje, diversos nomes de gurus têm repercussão internacional: Ram Dass<sup>18</sup>, Osho<sup>19</sup>, Deepak Chopra<sup>20</sup>, entre outros.

O maior representante do Budismo ainda é o líder espiritual Dalai Lama. O atual Dalai Lama é Tenzin Gyatso, nascido em 1935, em Amdo, no Tibete. Gyatso foi forçado a abandonar seu país em 1959 após uma revolucionária revolta contra o domínio chinês no país. Desde então, Sua Santidade vive em exílio, em Dharamsala, na Índia. Sua primeira visita ao Ocidente foi em 1979, quando foi aos Estados Unidos e, desde então, faz visitas frequentes ao país, participando de conferências, palestras e encontros políticos e religiosos, em defesa da liberdade, não-violência, paz mundial e das práticas meditativas.

### 3.4 Plena Atenção

A tradição Budista traz algumas técnicas bastante exploradas nos últimos anos, de naturezas parecidas, como por exemplo, a “mindfulness”, traduzida frequentemente como “atenção plena”, e a “zazen”<sup>21</sup>. Essas técnicas podem ser praticadas em grupos ou individualmente, sendo guiadas por terceiros ou não. Em geral, para se meditar, é necessário deixar de lado distrações e sentar-se ou deitar-se de forma confortável em lugar

---

<sup>18</sup> Ram Dass, ou Richard Alpert, foi um renomado psicólogo, escritor e mestre espiritual norte-americano. Ele nasceu em 1931 e faleceu em 2019. Ram Dass é mais conhecido por seu papel com o movimento psicodélico. Ele foi professor de psicologia na Universidade de Harvard e colaborou com o professor Timothy Leary em pesquisas psicodélicas. No entanto, sua vida teve uma grande transformação após uma viagem à Índia em 1967, onde conheceu seu guru espiritual, Neem Karoli Baba. A partir desse encontro, ele adotou o nome Ram Dass, que significa "servo de Deus".

<sup>19</sup> Osho, também conhecido como Bhagwan Shree Rajneesh, foi um líder espiritual indiano e mestre espiritual contemporâneo. Ele fundou um movimento espiritual chamado Movimento Rajneesh, que se tornou notório na década de 1970 e 1980. O centro principal desse movimento era uma comunidade chamada Rajneeshpuram, localizada no estado do Oregon, nos Estados Unidos. Durante esse período, o movimento atraiu muita atenção e controvérsia devido a suas práticas e ao estilo de vida comunitário.

<sup>20</sup> Deepak Chopra é um médico indiano-americano, escritor, palestrante e autor prolífico na área de medicina mente-corpo, espiritualidade e bem-estar. Chopra é o autor de inúmeros livros, muitos best-sellers, incluindo "O Corpo e a Mente", "As Sete Leis Espirituais do Sucesso" e "Curar o Corpo, Curar a Mente". Em seus escritos e palestras, ele explora temas como a conexão entre corpo e mente, meditação, espiritualidade, cura holística e o poder da mente na promoção da saúde e do bem-estar.

<sup>21</sup> A meditação Zazen é uma prática de meditação que faz parte do Budismo Zen, uma das tradições do Budismo Mahayana. Zazen é uma forma de meditação sentada que visa promover a clareza mental, a concentração, a autorreflexão e a iluminação espiritual.



calmo. Para começar, corpo e mente devem estar centrados no exercício proposto. Manter os membros relaxados e olhos fechados ou semi-cerrados é comum. Surgem divagações e outros pensamentos durante o processo meditativo e é recomendado que se observe como os pensamentos chegam e como também passam. Meditações guiadas, muitas vezes, trabalham com exercícios respiratórios e também visualização. (CAETANO DA SILVA, 2020).

*Mindfulness* envolve a consciência plena e deliberada do momento presente, compreendida por dois elementos essenciais. O primeiro é a intencional regulação da atenção, direcionando o foco para a percepção imediata e suspendendo qualquer análise cognitiva (como racionalização, análise, julgamento e categorização intelectual) das experiências vividas. Ao liberar os recursos cognitivos que normalmente seriam absorvidos pela análise, a capacidade de processar informações sensoriais é ampliada.

O segundo elemento é a orientação baseada na curiosidade, na abertura e na aceitação emocional, demonstrando uma disposição para abraçar plenamente a realidade (Bishop *et al.*, 2004). Ao observar as coisas com maior atenção e curiosidade, sem recorrer automaticamente a categorias e critérios de julgamento, a pessoa se torna mais capaz de tolerar as adversidades inerentes à vida e mais flexível na resolução de desafios. (LINEHAN, 1993; SCHOENDORFF *et.al.*, 2011).

O Mindfulness fornece gerenciamento de longo prazo do bem-estar, pois com maior consciência do presente, os indivíduos podem enfrentar e aceitar sentimentos e emoções como estresse, ansiedade, medo, ódio e tristeza com maior facilidade. Maneiras insalubres de enfrentamento, supressão do estresse, colapsos mentais, esgotamento e problemas fisiológicos de estressores crônicos podem resultar de mal-abordar ativamente essas emoções negativas.

Pesquisas feitas durante e após a pandemia de COVID-19, como citadas a seguir, comprovam eficácia de técnicas de meditação, reafirmando as consequências na qualidade de vida dos participantes. Alguns autores, citados a seguir, usam triagem de dados e os artigos selecionados foram analisados qualitativamente, devido aos resultados heterogêneos do estudo de desenhos de estudo na literatura atual. As intervenções comuns

baseadas em mindfulness usadas nos estudos avaliados incluíram a prática Mindfulness-Based Stress Reduction (MBSR), Mindfulness-Based Stress Reduction (MBSR), Mindfulness-Based Cognitive Therapy. A conclusão é que estudos que implementam intervenções de mindfulness demonstraram uma melhora geral no bem-estar. Por exemplo, o método de 8 a 10 semanas de ensinamentos e práticas conhecido como “MBSR” demonstraram eficácia em diminuição de diversos problemas como ansiedade e depressão (HOFFMAN, 2010), insônia (GROSS *et.al*, 2011), dores crônicas e psoriasis (KABAT-ZINN, 1998). Outros estudos também comprovam que intervenções de mindfulness reduz estresse, fadiga e ansiedade (ZEIDAN *et. al*, 2010).

A crescente disseminação de informações nos últimos anos levaram à exposição de brasileiros a várias práticas e filosofias orientais, incluindo o mindfulness. Ao longo do tempo, instrutores e praticantes de mindfulness locais começaram a oferecer cursos e workshops para ensinar a técnica a outros interessados. Isso contribuiu para a disseminação da prática em todo o país. Atualmente, o mindfulness é amplamente praticado e ensinado em todo o Brasil.

As práticas meditativas também encontraram seu caminho para a internet, refletindo a maneira como a tecnologia e a busca de bem-estar se entrelaçaram. A popularidade dos smartphones e tablets levou ao desenvolvimento de apps de mindfulness, por exemplo. Esses aplicativos oferecem uma variedade de exercícios e meditações guiadas para ajudar as pessoas a incorporar o mindfulness em sua rotina diária. Muitos blogs e sites se concentraram em mindfulness e bem-estar, fornecendo informações, recursos e dicas para aqueles interessados em aprender mais sobre a prática. Plataformas como YouTube e Vimeo são usadas para compartilhar vídeos de meditações guiadas, palestras de especialistas em mindfulness e outros tipos de conteúdo relacionado ao bem-estar.

### **3.5. O Nobre Caminho até Monja Coen**

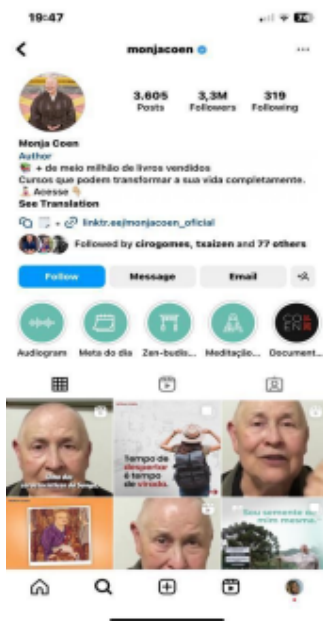
Monja Coen é uma budista brasileira conhecida por seu trabalho como líder espiritual e professora do budismo zen. Seu nome de nascimento é

Cláudia Dias Baptista de Sousa, e nasceu em São Paulo, Brasil, em 1947. Monja Coen se tornou uma das figuras mais proeminentes do budismo no Brasil e é uma das poucas mulheres a alcançar a posição de monja na tradição Soto Zen. Ela é autora de livros sobre budismo e mindfulness, e é conhecida por sua abordagem acessível e inclusiva da filosofia budista, tornando seus ensinamentos relevantes para as pessoas em sua vida cotidiana. Ela também é uma ativista social, defensora dos direitos humanos e do meio ambiente e, frequentemente, é convidada para dar palestras, workshops e retiros, tanto no Brasil quanto internacionalmente, para compartilhar sua sabedoria e inspirar outras pessoas em sua jornada espiritual.

Um dos principais objetivos da Monja Coen nas redes sociais digitais é promover a disseminação do budismo zen e dos princípios de mindfulness. Ela usa uma linguagem simples e direta para transmitir ensinamentos profundos de forma compreensível para um público diversificado, alcançando tanto budistas quanto pessoas interessadas em filosofia, espiritualidade e bem-estar. Outro objetivo é a promoção de valores como compaixão, tolerância, respeito, empatia e sustentabilidade ambiental. A Monja Coen, frequentemente, compartilha mensagens de incentivo à compreensão intercultural, ao cuidado com o meio ambiente e à construção de relacionamentos saudáveis e harmoniosos, o que tem contribuído para a disseminação desses valores na sociedade.

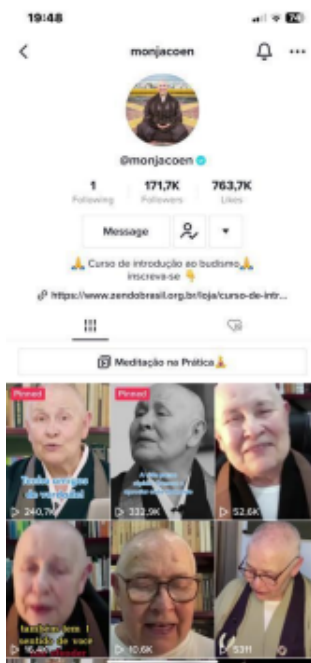
Além disso, Monja Coen se tornou uma influenciadora digital, inspirando e motivando muitas pessoas a buscarem o autoconhecimento, a prática da meditação, o cultivo da atenção plena e o desenvolvimento de uma visão mais compassiva e consciente da vida. Ela está presente no Instagram e no Tiktok, tendo, em 14/04/2023, 3,3 milhões de seguidores na primeira e 171,5 mil seguidores no Tiktok.

**Figura 6:** Reprodução do Instagram de Monja Coen.



Fonte: Instagram (2023).

**Figura 7:** Reprodução do TikTok de Monja.



Fonte: TikTok (2023).

**Figura 8:** Reprodução de Patrocinado de Monja Coen.



Fonte:Instagram (2023).

É importante destacar que os vídeos disponibilizados pela Monja e sua equipe são seleções relacionadas a palestras e aulas. Com títulos atraentes, os vídeos buscam despertar o interesse do público e abordam uma variedade de temas, incluindo disciplina, fé, relacionamentos, autoconhecimento, além do Budismo e da Meditação. Para esta pesquisa, foram selecionados vídeos que abordem os temas “respiração”, “contemplação”, “budismo” e “meditação”.

Embora os vídeos sejam apenas fragmentos de 40 a 60 segundos, em média, formato habitual da plataforma na qual são veiculados, e ainda também consequência de uma cultura de consumo de conteúdos cada vez mais dinâmicos e rápidos, a construção discursivo-ideológica é permeada de dizeres que circulam valores e princípios budistas em suas plataformas sociais on-line.

## **CAPÍTULO 4 – O NIRVANA DISCURSIVO DO SUJEITO MONJA COEN**

Neste capítulo abordamos a perspectiva histórica e filosófica da análise do discurso, relacionando a análise discursiva ao estudo de caso e apresentamos os nove vídeos selecionados, com seus textos transcritos, seguidos de análises referentes aos mesmos.

### **4.1 Elementos Históricos da Análise do Discurso e o Dispositivo Teórico-Metodológico**

O termo “Análise do Discurso” surge como nome para a disciplina em meados do século passado, ainda firmemente atrelado à Linguística (BRANDÃO, 1997). A Análise do Discurso entende a linguagem como fenômeno mais amplo que a língua ou código linguístico, percebendo o fenômeno de forma não-linear. Ela procura entender como a linguagem é usada para construir significados, apresentar e representar a realidade, levando em conta os contextos históricos, políticos, sociais e culturais nos quais os discursos são produzidos, circulados e interpretados.

Com o tempo, essa área de estudo evoluiu e diversificou-se, dando origem a diferentes correntes e métodos de análise do discurso, mas o cerne da disciplina permanece no estudo das complexas relações entre linguagem, sujeitos, poder e sociedade. É possível abordar as pesquisas sobre discurso com base em diversas áreas, como psicologia, sociologia, antropologia, comunicação, teoria literária etc.

Desde a Grécia antiga já se constituía o arcabouço da análise de discurso, pois foi lá que se teve origem a retórica e a filosofia. Os estudos dos discursos, desde então, propõem um método que possibilita convergir trabalhos e pensamentos das ciências humanas e sociais, já que constituem um campo de pesquisa que pode se alimentar de várias correntes, erigindo uma análise pela qual perpassa a linguagem, a subjetividade, as tecnologias e a sociedade.

O analista de discurso privilegia as condições materiais da comunicação, os papéis que ela implica para seus participantes, os contratos tácitos que se estabelecem entre eles, seu suporte material, as

restrições que pesam sobre a organização textual etc. (KRONKA, 2008, p.138). Baseamo-nos na teoria da Análise de Discurso de linha francesa, enfatizando a ideia do *ethos* discursivo para as análises feitas a seguir. O *ethos*, em Análise do Discurso, se refere ao código e também ao “corpo enunciante”, manifestado através dos discursos. Este conceito surge, primeiramente, em “Retórica”, de Aristóteles, e foi amplamente desenvolvido por Dominique Maingueneau (2008).

Aristóteles define a retórica como a "faculdade de descobrir em cada caso os meios de persuasão". A retórica é uma arte prática que se preocupa com o discurso público e busca persuadir o ouvinte ou o leitor. Maingueneau (2008) se interessa pela análise do discurso e pela retórica em relação ao contexto social e histórico em que o discurso é produzido, buscando compreender como a retórica é usada para exercer poder e influência em diferentes situações e instituições sociais. Para ele, a retórica é uma forma de interação social que não pode ser estudada isoladamente do contexto social e histórico em que é produzida.

Por meio da Análise de Discurso fundamentamos esta pesquisa, haja vista que entendemos discurso como produção social da linguagem, a qual remete à materialidade discursiva e aos sujeitos envolvidos no ato de linguagem – enunciador e destinatário –, localizados em um existir sócio-histórico que remete ao que Pêcheux (2008) chama de “condições verbais de existência dos objetos”.

A análise de discurso oferece condições de apreender os sentidos apenas em diferentes formas de discurso na relação entre texto, que compreendemos como manifestação de discursos por meio de um plano de expressão, tempo e lugar social, os quais afetam os discursos e sua relação com a história, língua e ideologia, já que os sentidos não são dados apenas por meio das relações linguísticas intrínsecas ao texto, mas também por sua exterioridade, àquilo que lhe é extrínseco, ou seja, outros textos, outros discursos, outros enunciadores, espaços e tempos, o que nos permite ver sua historicidade, já que para Fiorin (2012, p.61), “a história não é externa ao sentido”, pois “o sentido em si mesmo é histórico”.

#### **4.1.1 A constituição do Ethos discursivo**

A concepção do ethos do discurso, nesta dissertação, parte do princípio de que apesar de dos dizeres constituírem materiais com temas religiosos, eles têm como fundamentação o meio no qual são disponibilizados, isto é: uma rede social digital, e ainda mais, são ditos por sujeitos que incorporam o lugar de fala discursiva ou ainda extra discursiva, afinal, nem todos que se manifestam sobre religião ou meditação são, de fato, mestres e especializados no tema, porém se são pessoas que se apropriam da autoridade sobre o tema.

A persuasão pelo ethos é uma das provas mais relevantes na retórica, e o público constrói representações do ethos do enunciador mesmo antes de ele falar. O ethos está intrinsecamente ligado à enunciação, sendo mais relevante o discurso em si do que um suposto saber extralinguístico sobre o orador.

A apropriação do ethos discursivo pode ser uma estratégia persuasiva eficaz no discurso. O ethos discursivo é um conceito que se refere à imagem, credibilidade e autoridade que um sujeito transmite por meio de seu discurso.

A apropriação do ethos discursivo ocorre quando uma pessoa adota ou se apropria das características de determinado ethos para legitimar seu próprio discurso e aumentar sua credibilidade diante do público destinatário. Esta estratégia pode ser considerada tanto uma forma de sedução legítima quanto um meio para manipulação, por isso é importante que os receptores do discurso sejam analíticos e avaliem o conteúdo do discurso além da imagem projetada pelo orador.

A percepção do ethos do enunciador pelo receptor é relevante, uma vez que pode afetar diretamente a credibilidade atribuída ao discurso. Como afirma Eggs (2016, p. 29), "um orador que demonstra em seu discurso um caráter honesto parece mais digno de confiança aos olhos de seu público". Com base nisso, fica evidente a importância do ethos na construção discursiva, visto que é o lugar onde o orador existe por meio da credibilidade comunicada, gerando maior impacto no sentido do discurso. Maingueneau complementa essa ideia ao afirmar que o orador revela o que pretende ser por meio da maneira de se expressar, mostrando seu ethos



pelo exercício da palavra e do papel que desempenha em seu discurso, não como um indivíduo "real" separado de sua performance discursiva (MAINGUENEAU, 1993 apud EGGS, 2016, p. 31). Nesse sentido, é o sujeito da enunciação, enquanto enuncia, que está em jogo.

A retórica do ethos está vinculada a um movimento dinâmico construído pelo próprio destinatário da mensagem, em constante resposta ao discurso do emissor. Assim, além da capacidade argumentativa de um discurso de um emissor, devemos considerar também uma predisposição passional da audiência, que pode ou não se impactar com o texto do emissor.

Uma imagem positiva de um emissor deve utilizar-se de qualidades cruciais para legitimar o impacto desejado em sua audiência. Charaudeau (2012), Fiorin (2012) e Maingueneau (2008) argumentam que características como virtude, sinceridade e benevolência são compostos importantes para criar-se tal imagem. Um orador legitimado por sua audiência certamente incorpora características que fazem dele confiável para seus receptores da mensagem ou talvez, *followers*.

Por fim, o ethos surge como um grande entendimento também de seu público e, para isso, um enunciador deve construir seu discurso compreendendo para quem ele fala, além de que do que se trata sua fala.

#### **4.1.2. Critérios metodológicos para construção do corpus do estudo de caso Monja Coen no Tik Tok**

A relevância desta pesquisa reside em tentar abordar as formas de criar e circular sentidos nos discursos ocidentais sobre meditação presentes em vídeos compartilhados pela influencer e monge budista Monja Coen na rede digital TikTok, nos quais entendemos que o principal propósito seja transmitir uma mensagem que visa a explicar e informar os receptores sobre a eficácia da meditação como método e prática secular.

Primeiramente, os vídeos publicados na rede social digital TikTok foram categorizados e selecionados de acordo com a relação entre a sua data de publicação e os meses com maiores índices de piora da pandemia de COVID-19, no Brasil, entre junho e dezembro do ano de 2021. Os vídeos

selecionados, que somam nove no total, foram decupados e transcritos para, assim, serem analisados de acordo com o conceito da formação do ethos discursivo, baseado na teoria da análise de discurso, dos estudos do consumo e das teorias da midiatização e das redes sociais on-line.

Destarte, as noções e os conceitos que trouxemos à baila, alicerçam nossa metodologia de trabalho, haja vista lançarem luz sobre “a imbricação de uma representação de mundo e de uma atividade enunciativa” (MAINGUENEAU, 2008, p.139) no contexto digital, marcado por emergentes ecologias cujos conteúdos discursivos são inseparáveis da forma como administra o evento de fala que institui.

É através da observação da fala de um sujeito que se compreende os sentidos de um discurso, conforme dito por Orlandi: “a palavra discurso, etimologicamente, tem em si a ideia de curso, percurso, de correr por, de movimento. O discurso é assim palavra em movimento, prática da linguagem: com o estudo do discurso observa-se o homem falando” (1999, p. 15).

Estabelecemos, posto isso, um diálogo entre as análises de vídeos e o referencial teórico desenvolvido ao longo deste trabalho, relacionando a comunicação e a midiatização com as práticas de meditação na sociedade de consumo.

#### **4.2. Sentidos do TikTok Zen**

Para Brandão (1997), o discurso necessariamente cria uma relação entre emissor e destinatário, que pode estabelecer estratégias pré determinadas com o intuito de atingir certas expectativas do destinatário da mensagem. Em tempos de discurso circulantes nas redes sociais online, torna-se bastante comum definir quais imagens e relações se quer estabelecer com os espectadores da mensagem.

No tempo em que vivemos, no qual todos se tornam consumidores, o discurso pode ser determinante para definir o público-alvo de um texto ou de um emissor. No TikTok, há espaço para diversos estilos e temas de vídeos. Nosso objeto de estudo, no entanto, consiste de vídeos de uma Monja, também comunicadora, cujos discursos apresentam semelhanças

com o discurso *coaching*<sup>22</sup>, porém não se limita ao teor religioso supostamente vinculado a temas como meditação e Budismo.

É interessante notar como os vídeos do Tiktok a respeito de meditação costumam se solidificar em seu próprio texto. Quase não há elementos visuais acrescidos ao enquadramento. A cenografia é quase simplória, nos casos da Monja Coen, por exemplo, já que apenas a visualizamos em espaços simples, como jardins e bibliotecas, pouco mostrados ao espectador, que geralmente apenas pode visualizar a Monja, como focando em sua persona de fato e seu discurso influente.

Os Influenciadores criam uma imagem de si e se projetam sobre as telas dos smartphones de seus seguidores como gurus, afinal o público de determinado influenciador o “segue”, assim como fiéis seguem uma religião, um ensinamento, um dogma, uma ideologia ou uma seita. Assim, quando seguimos alguém, é como se disséssemos que fazemos parte de um grupo seletivo que encontra consonância entre as falas e as ideias desse influenciador.

O discurso de um influenciador, bem como de um professor, padre ou orador qualquer possui marcas próprias, isto é, marcações linguísticas que o caracterizam como único e autêntico. Tais marcações costumam aparecer diversas vezes no discurso de um indivíduo e constitui determinado ethos do sujeito. Na fala de Monja Coen, observamos coloquialismos e marcações que dão juízo de valor, como “não é mesmo” ou ainda “o mais justo”. Abaixo, podemos ver tabela com marcações observadas nos vídeos propostos a serem analisados.

---

<sup>22</sup> A metodologia de *coaching* é um processo estruturado e orientado para ajudar os indivíduos a atingir seus objetivos pessoais e profissionais, bem como a desenvolver suas habilidades e potencial máximo. O *coaching* é um relacionamento colaborativo entre um coach (treinador) e um coachee (cliente), onde o coach ajuda o coachee a identificar metas, desafios e oportunidades, a explorar soluções, definir planos de ação e aperfeiçoar seu desempenho.

**Tabela 1:** Marcações Linguísticas de Monja Coen.

VIDEO	PRESENÇA DE MARCAÇÕES LINGÜÍSTICAS					
	Coloquia- lismo	Termos Técnicos	Modaliza- -dores	Conectores	Repetição	Termos de Avaliação
1. + MEDITAÇÃO		X		X		
2. FELICIDADE	X			X	X	X
3. CONHEÇA SEUS SENTIMENTOS	X	X	X	X	X	X
4. ALICERCES DO BUDISMO	X	X		X	X	X
5. RESPIRAÇÃO	X	X	X	X	X	X
6. TUDO QUE É BOM	X		X	X	X	X
7. QUAL SUA FÉ?	X	X	X		X	
8. SE OBSERVOU HOJE?	X	X	X	X	X	X
9. MEDITAR JUNTAS	X	X		X	X	

Fonte: A autora, 2023.

LEGENDA	
COLOQUIALISMO:	Uso de expressões, palavras ou formas de linguagem que são típicas da fala cotidiana.
TERMOS TÉCNICOS:	Se refere a palavras ou frases específicas de uma área de conhecimento.
MODALIZADORES:	Expressões que indicam a atitude do falante em relação ao que está sendo dito.
CONECTORES:	Palavras ou frases que conectam ideias e partes do discurso.
REPETIÇÃO:	A repetição de certas palavras ou temas pode ser para dar ênfase em algo.
TERMOS DE AVALIAÇÃO:	Palavras que expressam julgamento ou avaliação.

Fonte: A autora, 2023.

Assim, personalidades e influenciadores (digitais) como Monja Coen alcançaram muita visualização e número significativo de seguidores enquanto levavam para os seus perfis vídeos de ensinamentos e discussões sobre a eficácia de técnicas de meditação. Nas análises a

seguir, apresentamos a transcrição de nove vídeos curtos, veiculados em 2021, no perfil oficial de Monja Coen, na rede virtual TikTok.

### **Vídeo 1: “+ Meditação, - Stress” (publicado em 7/7/2021)**

O vídeo escolhido para ser o primeiro analisado é, também, um dos primeiros cortes publicados por Monja Coen em sua conta do Tiktok. Em julho de 2021, a Monja ainda tinha usado pouco a plataforma, já que abriu seu perfil apenas um mês antes.

O vídeo mostra a Monja, em primeiro plano<sup>23</sup>, com um fundo que parece ser uma biblioteca ou estante de livros. O vídeo, de apenas 24 segundos, não foi legendado e mostra, nos primeiros segundos, as palavras: “+ meditação - stress”.

Abaixo, a transcrição:

*“Quem medita de forma sistemática por algum período de tempo, vamos dizer por dois meses, três meses, cinco meses, um ano, dois anos, tem a capacidade de responder a questões antagônicas com menos necessidade de oxigenação do cérebro. O que significa isso? Menos estresse”.*

O discurso sugere que a meditação sistemática, praticada por um período de tempo que varia de dois meses a dois anos, tem a capacidade de proporcionar benefícios específicos, além disso destacamos que a Monja se refere à capacidade de responder a "questões antagônicas" com menos necessidade de oxigenação do cérebro. Isso implica que a meditação pode melhorar a capacidade de lidar com situações de conflito e/ou desafio, reduzindo a pressão sobre o cérebro em termos de oxigenação. Isso sugere que a meditação pode ser uma ferramenta eficaz para gerenciar o estresse e melhorar a capacidade de lidar com situações estressantes.

### **Figura 9:** Reprodução do Vídeo 1 “+ Meditação - Stress”.

<sup>23</sup> Existem vários tipos de planos e enquadramentos no cinema, cada um com um propósito específico na narrativa cinematográfica. O primeiro plano foca especificamente no rosto ou em um objeto, enfatizando detalhes e emoções, sendo uma técnica eficiente para intensificar o impacto emocional.



Fonte: TikTok (2023).

## Sentidos de estresse

Dados da Organização Mundial da Saúde (OMS) afirmam que o estresse está se tornando uma preocupação global, com mais de 200 milhões de pessoas sofrendo de transtornos de ansiedade em todo o mundo, muitos dos quais têm o estresse como um fator desencadeante. Além disso, o estresse está associado a uma série de problemas de saúde, incluindo doenças cardiovasculares, distúrbios do sono, depressão e distúrbios gastrointestinais (OMS, 2023).

Pesquisas têm sido conduzidas para entender os mecanismos subjacentes ao estresse e desenvolver tratamentos eficazes. Como explicitado anteriormente, alguns estudos mostram que técnicas como a meditação mindfulness podem ajudar a reduzir os níveis de estresse e melhorar a qualidade de vida.

A oxigenação cerebral que a Monja aborda nesse vídeo, refere-se ao processo pelo qual o cérebro recebe um suprimento adequado de oxigênio para funcionar de maneira eficaz. O cérebro é um órgão sensível e

dependente de oxigênio para realizar suas funções vitais. Esse processo envolve vários mecanismos, como a respiração, a circulação sanguínea e o transporte de oxigênio para diversas outras partes do corpo e outros órgãos. O oxigênio é transportado no sangue ligado à hemoglobina nas células vermelhas do sangue. A hemoglobina é a proteína responsável por transportar oxigênio dos pulmões para os tecidos do corpo, incluindo o cérebro.

A falta de oxigênio no cérebro, seja devido a uma diminuição no suprimento de oxigênio seja por qualquer outro motivo, pode resultar em sintomas como tontura, confusão, dificuldade de concentração, perda de consciência e, em casos graves, danos cerebrais permanentes.

### **Sentidos da ciência por trás da meditação**

A popularização das práticas de mindfulness também foi seguida pela circulação de discursos e uma crescente legitimação científica. O discurso em torno do tema, muitas vezes, destaca sua capacidade de promover a atenção plena, reduzir o estresse e a ansiedade, melhorar o foco e a concentração, e essas alegações são apoiadas por um corpo de evidências científicas, como já citado nesta dissertação. Porém, é importante reconhecer que a visibilidade do mindfulness também gerou discussões sobre a autenticidade de algumas abordagens e a necessidade de uma compreensão cuidadosa e culturalmente sensível dessas práticas.

Nessa fala, a Monja aborda o tema estresse de uma maneira que faça com que o sintoma seja diminuído a frente da potência que é o uso terapêutico da meditação. Dentro da lógica da Monja, meditar com disciplina diminui o estresse. E isso é explicitado de forma resumida e simples, a fim de criar uma explicação óbvia para seu público. Meditar de forma sistemática, já sabemos e foi comprovado cientificamente, de fato reduz sintomas de estresse, mas talvez pelo curto tempo do vídeo, a explicação da Monja dá a sensação que este é um processo simples e mesmo que ela enfatiza a sistematização do processo, ainda assim, um curto vídeo não reproduz em detalhamento o esforço de meditar sistematicamente.

### 7.3.2. Vídeo 2: “O que é a felicidade?” (publicado em 15/7/2021)

O vídeo intitulado “O que é a felicidade?” foi publicado em 15 de julho de 2021, tem duração de 41 segundos e mostra um novo corte da fala da Monja, agora de forma mais próxima, já que a câmera foca no busto da Monja, que parece estar dando uma aula ou palestra, na qual aborda o tema felicidade.

Abaixo, a transcrição:

*“Onde está esse lugar onde eu me sinto completa? Onde eu me sinto útil? Onde eu me sinto bem? A gente tem que procurar esse lugar. Ter coisas é bom, ter uma roupinha, ter uma comidinha, ter uma casinha (riso), ter um afeto, tudo isso é bom, e tudo isso é passageiro... então se você percebe que tudo aquilo que passa por você e que você passa por isso, não é fixo nem permanente, você não tem nem apego, nem aversão. Se tiver, tá bom, se não tiver, tá bom também... e você pode ser feliz, tranquilo, porque tem sabedoria. Isso, para mim, é felicidade”.*

**Figura 10:** Reprodução do Vídeo 2 “O que é a felicidade”.





Fonte: TikTok (2023).

O discurso constitui sentidos de que a felicidade está relacionada à busca de um lugar interior onde o sujeito se sinta completo e útil. Isso implica que a verdadeira felicidade vem de dentro e não depende somente de posses materiais, destacando o caráter efêmero dos bens materiais. A sabedoria é destacada como a chave para encontrar a felicidade e a tranquilidade, sem relação com as circunstâncias externas. Isso sugere que o entendimento da natureza impermanente da vida pode levar a uma forma mais profunda e duradoura de felicidade.

### **O apego e a utilidade**

No budismo, o apego é compreendido como uma das causas fundamentais do sofrimento humano, já que ensina que o sofrimento (*dukkha*, em pali, ou as emoções perturbadoras que nos levam a sofrer) é uma parte inerente da existência humana e sua causa principal é o desejo desenfreado e o apego às coisas materiais e sensuais.

O apego material se refere à fixação excessiva em posses, riqueza, bens materiais, prazeres sensoriais e apegos emocionais a pessoas e relacionamentos. Apegar-se às coisas materiais pode levar a um estado de desejo constante por mais, o que gera ansiedade e insatisfação.

A solução proposta pelo budismo para superar o apego material é a prática do desapego. Através da meditação, reflexão e seguindo os ensinamentos budistas, os praticantes buscam transcender o desejo e o apego, alcançando um estado de iluminação ou libertação do ciclo de sofrimento. É importante notar que o budismo não ensina que a posse de bens materiais seja intrinsecamente má, mas sim que o apego e a dependência excessiva dessas coisas podem levar ao sofrimento.

Pode parecer controverso ou mesmo estranho falar de desapego em um tempo no qual o consumo é hábito e cultura da sociedade. Compreender que necessidades materiais são fluidas e vem e vão, é compreender apenas uma camada da fala da Monja, neste caso. Dentro da filosofia aqui apresentada, podemos observar que ter algo (uma “roupinha”

ou “casinha” é prazeroso para nós, mas não devemos nos prender ao hábito de possuir e acreditar que nesse hábito encontraremos a felicidade.

O trecho menciona a busca por um lugar onde alguém se sinta completo. Essa busca é uma jornada em direção ao contentamento. A ideia apresentada no trecho sugere que a felicidade não está ligada apenas à posse de bens materiais, mas sim à compreensão de que as coisas materiais são passageiras e efêmeras. A prática da meditação pode estar relacionada a esse conceito de felicidade, pois a meditação é muitas vezes utilizada como uma ferramenta para desenvolver a compreensão da impermanência e para encontrar um estado de tranquilidade interior, desapego e sabedoria.

A felicidade, nesta lógica, está vinculada apenas à sabedoria - que, por sua vez, está diretamente ligada à compreensão de que por mais que possamos comprar algo, de fato não possuímos nada e nem somos possuídos, já que não temos o controle sobre o futuro e a trajetória da vida pode nos levar a perder, de alguma forma, tudo aquilo que certa vez acreditamos ter possuído.

### **7.3.3. Vídeo 3: “Conheça seus sentimentos com a meditação”(publicado em 18/8/2021)**

O vídeo intitulado “Conheça seus sentimentos com a meditação” foi publicado em agosto de 2021, tem duração de 1 minuto e 2 segundos e mostra um novo corte da fala da Monja, novamente em primeiro plano.

Abaixo, a transcrição:

*“Nós nos enganamos, eu posso tá com raiva de alguma coisa, uma insatisfação minha, pessoal, e eu vou jogar isso em alguém... como se alguém é responsável por isso... outra pessoa é responsável pelo meu mal-estar... então eu preciso conhecer meu sentimentos... e a prática de conhecer o sentimentos é Zazen, é meditação. Mas é uma meditação sistêmica. Sistêmica significa: ela é feita quase todos os dias, num determinado horário, e quando puder fazer retiros, programações mais longas, é aí que você começa a conhecer... Que Sentimento é este? Onde*

*ele surge? Como ele se manifesta no meu corpo? O sentimento não é uma coisa separada do seu corpo... observe a sua postura, a sua respiração, como ela se modifica conforme o que você está sentindo, e você vai se conhecendo...é sempre o autoconhecimento..."*

O modo de funcionamento do discurso propõe que a prática de conhecer e compreender nossos sentimentos é fundamental, e isso pode ser alcançado por meio da meditação, mencionando, em específico, o Zazen. Isso implica que a meditação é uma ferramenta eficaz para a autorreflexão e a exploração das emoções dos indivíduos.

O termo "meditação sistêmica" sugere uma prática regular e consistente, realizada quase todos os dias em um horário determinado. No texto também é mencionada a possibilidade de fazer retiros ou programações mais longas para aprofundar essa prática. Isso indica que a autorreflexão e o autoconhecimento são processos contínuos e sujeitos que optam por seguir esse caminho em direção à prática podem se beneficiar de uma prática constante.

### **Insatisfação e mal estar**

A relação entre bem-estar e insatisfação pessoal é complexa, pois esses dois estados frequentemente coexistem. O bem-estar refere-se a um estado de contentamento e satisfação em várias áreas da vida, enquanto a insatisfação pessoal está ligada à sensação de que algo está faltando ou errado.

Lipovetsky (2007) argumenta que na sociedade hipermoderna o consumo é a principal forma de satisfação pessoal, já que criamos uma necessidade constante de atender a imagens e vidas idealizadas. No entanto, este mecanismo pode nos levar a constante frustração, fazendo com que os indivíduos tenham sintomas de ansiedade ou se sintam infelizes constantemente, muitas vezes projetando tal insatisfação em outros, como se os mesmos fossem responsáveis pelo seu mal-estar, como exemplificado no discurso da Monja.

Em muitos casos, a busca incessante pelo bem-estar pode, paradoxalmente, levar à insatisfação pessoal. Isso acontece quando as pessoas estabelecem padrões inatingíveis para si mesmas ou se comparam com os outros. A sociedade contemporânea, muitas vezes, promove a ideia de que a felicidade está diretamente ligada ao sucesso material, ao status social ou ao reconhecimento público, trajetória vinculada a conceitos como produtividade, desempenho e sociedade do cansaço.

O bem-estar, no entanto, pode ser compreendido como remédio para a insatisfação pessoal. Isso não significa que todos os problemas desaparecerão, mas um maior bem-estar pode ajudar a enfrentar os desafios de maneira mais eficaz.

**Figura 11:** Reprodução de Vídeo 3 “Conheça seus sentimentos com a meditação”.



Fonte: TikTok (2023).

**Zazen**

Zazen é uma prática de meditação zen enraizada na tradição budista. O termo "zazen" pode ser traduzido como "meditação sentada" e é uma das práticas centrais do Zen, uma escola de budismo. O zazen é uma prática de simplicidade e autenticidade. Ele ensina a estar totalmente presente no momento, aceitando as coisas como elas são. Isso ajuda a clarear a mente e a desenvolver uma compreensão mais profunda da natureza da mente e da realidade.

No texto, a Monja parece simplificar a meditação zazen trazendo ela para um contexto mais rotineiro. Fica aqui explícito que é fácil meditar, basta dedicar-se a aprender a técnica, que por acaso, ela ensina.

### **Sentidos das emoções**

A relação entre o autoconhecimento e o controle emocional interliga-se com o desenvolvimento do bem-estar emocional. O autoconhecimento envolve a compreensão de nossos valores, crenças, desejos e padrões de pensamento. Já o controle emocional refere-se à capacidade de gerenciar e regular nossas emoções de maneira saudável. Emoções são estados mentais complexos que refletem respostas a estímulos e situações. Elas são reações automáticas e inatas do ser humano, muitas vezes acompanhadas de expressões faciais, mudanças no estado físico e comportamental.

O autoconhecimento é a base do controle emocional, pois nos permite identificar e compreender as origens de nossas emoções. Quando conhecemos nossos gatilhos emocionais e sabemos como reagimos a diferentes situações, estamos mais bem preparados para lidar com nossas emoções. Ao identificar esses padrões, podemos desafiá-los e substituí-los por pensamentos mais realistas e construtivos, o que, por sua vez, contribui para um maior controle emocional.

Por outro lado, o controle emocional também pode aprofundar o autoconhecimento. Quando somos capazes de regular nossas emoções, podemos examiná-las com mais clareza e objetividade, o que nos permite explorar nossos sentimentos de maneira mais profunda, compreender as raízes de nossas reações emocionais e aprender com elas.

#### 7.3.4. Vídeo 4: “Os dois alicerces do Budismo” (publicado em 31/8/2021)

O vídeo, publicado em 31/08/2021, tem como título “Os dois alicerces do Budismo” e a imagem em miniatura mostra apenas a Monja, em seus trajes oficiais. O recorte tem 42 segundos e conta com a legenda “Tenha compaixão e sabedoria”.

**Figura 12:** Reprodução de Vídeo 4 “Os Dois Alicerces do Budismo”.



Fonte: TikTok (2023).

Abaixo a transcrição:

*"Às vezes a pessoa que você mais ajuda, a pessoa que você sente mais ternura e mais cuidado, muitas vezes é aquela que vai [pausa] querer o seu mal. Hum? E aí? Como é que nós vamos saber? Nós vamos deixar de fazer o bem porque essa pessoa que aparentemente é boa pode se tornar má? Eu acho que não. Eu acho que sempre há compaixão, ela é*

*acompanhada de sabedoria, são os dois alicerces do Budismo. Não existe compaixão sem sabedoria e não existe sabedoria sem compaixão. Então, combinar esses dois elementos...”*

Neste vídeo, destacamos que a fala é construída com base no discurso religioso, abordando, ainda que superficialmente, os temas de “bem” e “mal” e sua relação com “compaixão” e “sabedoria”. A Monja aparece sozinha, em plano americano, com trajes oficiais de monges budistas, nos tons de branco e ocre, e nota-se um fundo com flores, atrás da Monja.

### **O bem e o mal no Budismo**

De acordo com o budismo (WRIGHT, 2018), “bem” e “mal” são conceitos que se relacionam com a ação, intenção e consequências que uma pessoa pode gerar por meio de suas ações. No budismo, ações benéficas, ou “bem”, são aquelas que promovem a paz, a felicidade e o bem-estar para si mesmo e para os outros. Essas ações são motivadas pelo desejo de ajudar os outros e de cultivar virtudes como a compaixão, a generosidade e a sabedoria. A prática do bem pode ajudar uma pessoa a desenvolver karma positivo, que pode levá-la a uma existência futura mais feliz e harmoniosa.

Por outro lado, ações prejudiciais, ou o “mal”, representa aquilo que gera sofrimento, conflito e infelicidade para si mesmo e para os outros. Essas ações são motivadas por desejos egoístas, como o de possuir coisas ou controlar os outros. A prática do mal pode gerar karma negativo, que pode levar a uma existência futura marcada por dor e sofrimento.

Para os budistas, “bem” e “mal” não são conceitos absolutos, mas sim relativos e dependentes da conjuntura e das consequências das ações. Cabe, então, ao indivíduo, desenvolver uma compreensão mais profunda da natureza das coisas e das consequências de suas ações, a fim de promover o bem e evitar o mal.

A compaixão e a sabedoria estão intimamente relacionadas, neste contexto. Compaixão é a habilidade de compreender o estado emocional de

outra pessoa ou de si mesmo. Embora muitas vezes seja confundida com empatia, a compaixão incorpora um elemento adicional: o desejo sincero de aliviar ou diminuir o sofrimento do outro.

Demonstrar compaixão por alguém vai além de simplesmente se colocar no lugar dessa pessoa e de ter uma genuína vontade de compreendê-la ou auxiliá-la. Significa adotar uma perspectiva inteiramente nova quando se trata de como percebemos os outros. A sabedoria, por sua vez, é a capacidade de compreender a realidade de forma clara e objetiva e tomar decisões sensatas com base nessa compreensão.

Quando alguém tem sabedoria, é capaz de ver a situação de outra pessoa por meio de uma perspectiva ampla e compreensiva, reconhecendo que todos enfrentam desafios e dificuldades em sua jornada. A compaixão é o que leva a pessoa a agir em relação a essa compreensão, mostrando empatia ou, ainda, oferecendo ajuda e suporte, por exemplo.

Ter discernimento e sabedoria para usar e fazer o bem, independente do que ocorre de mal - que não está no controle do indivíduo - é uma prática importante para os adeptos ao Budismo. A Monja, neste vídeo, aborda o tema de forma simples, porém fundamentada no cerne do Budismo e, assim, ecoa o que é afirmado por Orlandi (2015), de que a linguagem está concretizada na ideologia.

A ideologia é um conjunto de ideias, valores e crenças que orientam as ações e pensamentos de determinada sociedade ou grupo, influenciando como percebemos e interpretamos o mundo ao nosso redor, e a linguagem é uma forma de expressar essas percepções e interpretações (ORLANDI, 2015). A linguagem é moldada por nossas crenças e valores, e, por sua vez, molda nossas crenças e valores. Portanto, a ideologia está concretizada na linguagem, já que reflete e influencia nossas percepções e interpretações do mundo.

O discurso da Monja, nesse vídeo, aponta que seus ouvintes não devem esperar receber o bem para fazer o bem, mas fazer o bem independente do que possa acontecer, como àquele a quem fizemos o bem se tornar alguém ruim, por exemplo. Segundo a enunciadora, para isso, temos que exercitar a compaixão e a sabedoria. E essa ideia se dá em um contexto em que o objetivo é ser bom, independente dos outros, como Han



(2017) alerta, que, na sociedade do desempenho, havemos de superar a nós mesmos, o que ele chama de “auto-exploração”.

### **Ternura, compaixão e sabedoria**

A ternura e a compaixão são conceitos relevantes na filosofia budista. De acordo com o budismo, a ternura é uma qualidade que envolve uma profunda empatia e compreensão pelos outros seres, bem como um desejo genuíno de ajudar a aliviar seu sofrimento. A ternura é considerada uma virtude fundamental no budismo e é valorizada como uma qualidade essencial que os praticantes devem cultivar em sua jornada espiritual. Ternura também é um conceito judaico-cristão, já que sabemos que “amar ao próximo” bem como amar aqueles considerados inimigos ou quem o maltrata é um conselho dado no Evangelho de Mateus.

No budismo, a ternura é baseada na compreensão da natureza intrínseca do sofrimento humano e da interconexão de todos os seres. Os budistas acreditam que todos os seres vivos estão interligados e que o sofrimento de um ser é, em última análise, o sofrimento de todos. A ternura é vista como uma resposta natural a essa compreensão, levando a uma atitude compassiva em relação aos outros.

A ternura também é considerada uma prática crucial para o desenvolvimento espiritual. Os budistas acreditam que a prática da ternura ajuda a purificar a mente, cultivando qualidades positivas, como amor incondicional, bondade e generosidade.

O tom de voz e o ritmo da fala da Monja demonstram gentileza e ternura, mais uma vez reforçando que não há como transmitir uma mensagem sem que a mesma seja embebida de tais ideias e se vista desse ethos. A Monja, em sua fala, aproxima os termos “compaixão” e “sabedoria” e é interessante notar que o momento em que esse vídeo foi publicado foi desafiador para a humanidade, quando ser compassivo e sábio pareciam ser tarefas árduas.

#### **7.3.5. Vídeo 5: “Respiração e Meditação” (publicado em 10/09/2021)**

O vídeo intitulado “Respiração e Meditação” foi publicado em setembro de 2021, tem duração de 59 segundos e mostra a Monja, em trajes tradicionais budistas. A câmera foca bem no rosto da Monja, enquanto a mesma parece dar uma aula sobre respiração. O vídeo é integralmente em preto e branco.

Abaixo, a transcrição:

*“Ou reflita sobre o momento da sua última expiração... é bom pensar nisso né? A última expiração... eu gosto... vocês não gostam? Vai chegar o dia que vai ser “urh” (pausa) e não entra mais ar, não entra mais... você vai ficar paradinho, vai ficando geladinho, geladinho, geladinho... (risos) não é bom? Nós todos, sem exceção. E, às vezes, nós damos tanto valor a miudezas, “aquela pessoa falou assim comigo”, “a outra não me tratou bem”, “nossa eu tentei um projeto, não deu certo”, “estou tão deprimido”, “Oh, que alegria...”, que bom, nós somos isso, não há nada de errado com isso...”*

O discurso funciona como um tipo de convite ao ouvinte refletir sobre o momento da última expiração, o último suspiro da vida, destacando a ideia de que a morte é uma parte inevitável da existência humana e aponta para uma tendência dos indivíduos de maximizar problemas pequenos que talvez não mereça tanta preocupação.

Han (2022) argumenta que a sociedade contemporânea dá ênfase excessivamente ao desempenho e busca de forma incansável realizar-se em suas metas e objetivos. O trecho, no entanto, parece sugerir que não devemos nos esquecer da finitude da vida humana, algo comum a todos. A inevitabilidade da morte é uma forma de destacar que preocupações e ansiedades do dia a dia são superficiais em comparação a fugacidade de nossa existência.

O discurso ainda produz sentidos sobre não haver nada de errado em ser humano, com todas as suas alegrias e tristezas. Isso pode ser interpretado como um apelo à aceitação da própria humanidade com todas as suas imperfeições.

## O prana

O termo "prana" não é exclusivamente associado ao budismo, mas sim às tradições espirituais e filosóficas do hinduísmo, especificamente à filosofia yogi. O "prana" é considerado uma forma de energia vital ou força vital que permeia todos os seres vivos e muitas vezes é associado à habilidade de respirar.

No contexto do budismo, que tem suas raízes também no hinduísmo, o conceito de energia vital não é tão forte quanto no yoga hindu<sup>24</sup>. Embora o budismo não adote o termo "prana" da mesma forma que o hinduísmo, pode haver algumas interseções conceituais em relação à energia vital. Alguns praticantes de meditação budista podem usar termos como "energia interior" ou "força vital" para descrever sensações de vitalidade ou energia que experimentam durante a meditação.

É interessante notar os coloquialismos e o tom informal da fala da Monja. Seu discurso tem marcações claras de informalidade, como “é bom pensar nisso, né?” ou “vocês não gostam?” A informalidade segue devido ao constante uso de diminutivos, como em “vai ficando paradinho” ou “vai ficando geladinho”. Além de ser característico da informalidade, o uso do diminutivo pode também buscar diminuir a força ou o tamanho do que está sendo trazido à tona. Aqui, a Monja fala da morte no diminutivo. Sem exceção, todos nós passaremos por essa situação. Todos nós eventualmente ficaremos “geladinhos” e este talvez seja um eufemismo para suprimir algo tão inevitável como a morte

**Figura 13:** Reprodução de Vídeo 5 “Respiração e Meditação”.

---

<sup>24</sup> O Hinduísmo e o Budismo têm uma relação complexa, com influências mútuas, mas também diferenças significativas. Ambas as tradições têm suas raízes na Índia. O Hinduísmo é uma das religiões mais antigas do mundo, e suas origens podem ser traçadas há milênios. O Budismo surgiu em um contexto em que o Hinduísmo já era uma tradição religiosa estabelecida na Índia. Como resultado, o Budismo compartilha algumas características com o Hinduísmo. Por exemplo, ambos acreditam na lei do karma e na reencarnação. O conceito de samsara, que é o ciclo de nascimento, morte e renascimento, é comum em ambas as tradições.



Fonte: TikTok (2023).

### 7.3.6. Vídeo 6: “Tudo que é bom, dói” (publicado em 1/10/2021)

O vídeo intitulado “Tudo que é bom, dói” foi publicado em 1º de outubro de 2021, e tem duração de um minuto e mostra, em preto e branco, uma filmagem de entrevista ou aula da monja em uma espécie de estúdio. Em alguns momentos, observa-se, sentada ao lado esquerdo da Monja, uma tradutora de libras.

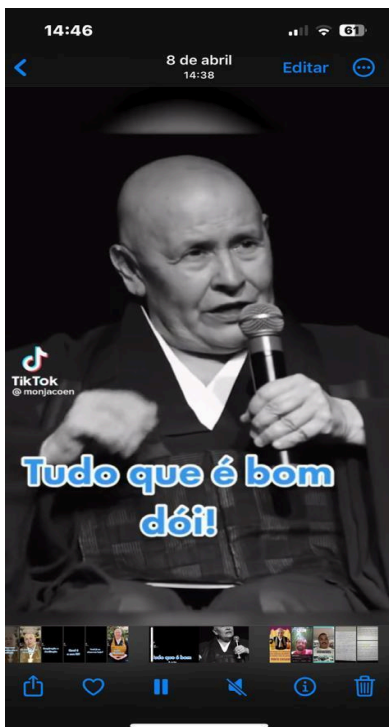
Abaixo, a transcrição:

*“Tudo que é bom dói, tudo que dá resultados, passa por dificuldades... nascer dói, dói para mãe, e dói para o bebe... mas é muito bom, tem gente que não quer dor, não quero nada que me incomode, só quero o gostoso, “ah, não vou para o mosteiro porque vai ser ruim...”, vai ser ruim, vai ser medonho... e por isso você vai crescer, vai desenvolver (risos), (pausa), é gostoso, as dificuldades, elas nos fazem melhores, as dificuldades não são obstáculos, são para nos melhorarmos, como eu*

*supero essa dificuldade... como eu atravesso esses umbrais que são colocados na minha frente?... como que eu saio da minha área de conforto? Sair da área de conforto, daquilo que eu gosto de fazer, do jeito que eu gosto de fazer, atritos são absolutamente necessários para o nosso crescimento.”*

O discurso começa com a analogia do nascimento, sugerindo que o processo de nascer envolve dor tanto para a mãe quanto para o bebê. Essa analogia é usada para ilustrar a ideia de que coisas boas, muitas vezes, vêm acompanhadas de desafios e desconforto. O discurso funciona por meio de argumentar que as dificuldades não são obstáculos, mas oportunidades de melhoria. As dificuldades são vistas como desafios que podem levar a um crescimento pessoal e a um desenvolvimento significativo.

**Figura 14:** Reprodução do Video 6 “Tudo que é bom dói”.



Fonte: TikTok (2023).

## O Dharma

"Dharma" é um termo conhecido por várias tradições religiosas e filosóficas indianas, incluindo o hinduísmo, o budismo e o jainismo, e seu significado pode variar dependendo do contexto religioso e filosófico. No contexto geral, "dharma" se refere a uma série de conceitos como: deveres e códigos morais que um indivíduo deve seguir; ordem cósmica ou força que mantém a harmonia no mundo e ainda os ensinamentos filosóficos sobre espiritualidade hindu.

No Budismo, o termo abrange todos os conceitos citados; de dever, moralidade, ordem cósmica e ensinamentos espirituais, dependendo do contexto religioso e filosófico em que é usado. É uma parte fundamental das tradições espirituais indianas e desempenha um papel crucial na compreensão da vida, do dever e do significado em muitas culturas asiáticas.

A vida, em geral, é de fato um fenômeno peculiar: cheia de alegrias e tristezas, prazeres e dores. Nosso tempo em vida é constituído por histórias e fatos que ocorrem conosco e ao nosso redor, mas também somos feitos de nossas emoções perante as mesmas histórias e fatos.

Damáσιο (2012) acredita que somos programados para reagir a emoções de modo previamente organizado: As emoções primárias, que são inatas e pré-organizadas, estão ligadas à rede de circuitos do sistema límbico, com destaque para a amígdala e o cíngulo. A evidência de que a amígdala desempenha esse papel crucial na pré-organização emocional é sustentada tanto pela observação em animais quanto em seres humanos. Todas as mudanças, visíveis a um observador externo e até aquelas não perceptíveis, como variações na frequência cardíaca ou contrações intestinais, são experienciadas internamente por cada indivíduo. Essas alterações são constantemente transmitidas ao cérebro através de terminações nervosas que conduzem impulsos sensoriais da pele, vasos sanguíneos, vísceras, músculos, articulações etc..

Sentir dor e frustração são fenômenos sensoriais e/ou emocionais desagradáveis, o que ocorre quando o corpo percebe estímulo nocivo ou lesão, por exemplo. Tais experiências podem se apresentar de forma diferente de indivíduo para indivíduo, dependendo também da causa e da natureza.

Esse discurso também parece trazer uma pequena dose de experiência pessoal, já que a Monja acrescenta juízo de valor a seu discurso, quando diz que a experiência “vai ser horrenda”.

O prazer também pode ser considerado um fenômeno sensorial que se apresenta de forma diferente para cada indivíduo. No Brasil, é comum usar o adjetivo “gostoso” para se referir a algo ou alguém prazeroso. O uso contemporâneo da palavra pode variar de acordo com o contexto e a região, mas geralmente se refere a algo que é agradável, prazeroso ou que proporciona uma sensação de satisfação. É comum, dentro de um conceito informal, usar o adjetivo para falar de experiências, gastronomia e até mesmo quando nos referimos ao corpo de um indivíduo.

### **7.3.7. Vídeo 7: “Qual é a sua fé?” (publicado em 19/10/2021).**

O vídeo intitulado “Qual é a sua fé?” foi publicado também em outubro de 2021 mostra a Monja em trajes oficiais, a câmera começa em plano americano e depois foca no rosto da Monja, voltando a estar em plano americano no fim do vídeo. O vídeo tem duração de 49 segundos.

Abaixo, a transcrição:

*“Eu tenho fé no ser humano, tenho fé no DNA humano. E essa fé é comprovada a cada dia, nossa, nosso instinto de sobrevivência, o nosso cuidado amoroso com a vida, em todas as suas formas... como que eu descobri isso? Vivendo... se eu perdi a fé alguma vez? Não, nunca perdi. Tenho fé também e confiança nas três jóias: Buda, dharma e sangha, que são da minha tradição espiritual...eu confio nos ensinamentos, acredito na possibilidade do despertar da mente humana e acredito profundamente na força da comunidade que, praticando juntos, somos capazes de transformar a realidade.”*

**Figura 15:** Reprodução de Vídeo 7 “Qual é a sua fé?”.



Fonte: TikTok (2023).

O funcionamento desse dizer expressa uma forte fé e confiança no ser humano, destacando a capacidade da humanidade de cuidar da vida e sobreviver, assim como a capacidade de transformação e despertar da mente humana. Essa declaração menciona que essa fé é confirmada todos os dias, observando o instinto de sobrevivência e o cuidado amoroso pela vida em todas as suas formas.

#### **7.3.8. Vídeo 8: “Você já se observou hoje?” (publicado em 27/10/21).**

O vídeo intitulado “Você já se observou hoje?” foi publicado em 27 de outubro de 2021, tem duração de um minuto e um segundo e torna a mostrar a Monja em uma espécie de escritório ou biblioteca.

Abaixo, a transcrição:

*“Como que você age? Como que você pega um objeto? Como você toca uma pessoa? Você já observou como que você fala? Aquilo que você*



*fala leva as pessoas à verdade a ao caminho? Ou seja, percebeu como você pensa? Como você pensa sobre a realidade, sobre as pessoas, sobre você mesmo?... Você está criando causas e condições, da maneira que você fala, da maneira que você pensa, da maneira que você age no mundo... então, observe... quem é que observa... que observador é este? Perceba que a sua atitude pode mudar, a sua fala pode mudar, a sua ação pode mudar, mas existe uma coisa chamada observador, que continua observando... entre em contato com este observador de você mesma..."*

O discurso diz que a forma como agimos, falamos e pensamos contribui para a criação de causas e condições que afetam nossa vida e a dos outros. Isso sugere que nossas escolhas e atitudes têm implicações significativas em nossa jornada. O discurso ainda introduz a ideia de um "observador" interno que está ciente de nossas ações, palavras e pensamentos.

**Figura 16:** Reprodução do Vídeo 8 “Você já se observou hoje?”.



Fonte: Tiktok (2023).

## O autoconhecimento

A ideia de "causas e condições" é constantemente associada ao conceito de karma, que é uma crença central em várias religiões, entre elas, o Budismo. O karma refere-se à ideia de que as ações de uma pessoa no passado, presente e futuro têm consequências, influenciando a sua vida. O karma com frequência é visto como uma lei cósmica de causa e efeito.

De acordo com a crença no karma, todas as ações têm consequências, sejam elas boas ou más. Se uma pessoa realiza ações virtuosas e benéficas, ela colherá resultados positivos no futuro. Por outro lado, se uma pessoa comete ações prejudiciais ou negativas, ela enfrentará consequências negativas. Em muitas tradições religiosas que acreditam no karma, como o budismo e o hinduísmo, a crença na reencarnação está ligada ao karma. Acredita-se que as ações de uma pessoa em uma vida anterior influenciam a qualidade de sua vida na próxima encarnação.

### 7.3.9. Vídeo 9: “Vamos meditar juntas?” (publicado em 16/12/2021)

O último vídeo selecionado é de dezembro de 2021 e mostra a Monja sentada em postura meditativa enquanto narra um exercício de meditação. O vídeo tem duração de dois minutos e nove segundos.

Abaixo, a transcrição:

*“Inspira, sem puxar o ar. A caixa torácica se expande, o ar entra. (pausa). Solta pela boca, bem devagar. (som da expiração). Três vezes, esta é a terceira vez. (som respiração e latidos). Coloque a ponta da língua atrás dos dentes frontais, no céu da boca, (estalo) encostou, os olhos ficam entreabertos... você vê luz e sombra, sente a temperatura da sala, percebe se há odores, fragâncias, escuta todos os sons... todo o sistema do seu organismo tá vivo... não é para dormir... não precisa por música, não... a música da vida, da realidade... helicóptero que passa, passarinho que pia, (pausa) carros na rua, motos.. é o som da vida e você ouve todos os sons... percebe luz e sombra, sente fragrâncias, odores, mantém seu corpo na posição ereta, e a respiração consciente...”*

**Figura 17:** Reprodução de Vídeo 9 “Vamos meditar juntas”.



Fonte: Página Monja Coen no TikTok (2023).

## **Juntas**

O discurso começa com uma instrução clara para inspirar, sem puxar o ar. Isso sugere um foco na respiração como ponto de partida para a prática. A instrução continua explicando como a respiração afeta o corpo. A expansão da caixa torácica e a entrada de ar são destacadas, assim como a expiração lenta pela boca. Isso sugere uma ênfase na conscientização da respiração como um componente-chave da prática.

A frase "Três vezes, esta é a terceira vez" indica que a série de respirações e instruções deve ser repetida três vezes, o que pode ajudar a aprofundar o estado de atenção e relaxamento. O discurso também encoraja o praticante a prestar atenção plena (*mindfulness*) aos sentidos. Há menções específicas à visão, audição, olfato e tato.

No geral, o discurso parece guiar o praticante em uma prática de *mindfulness* que enfatiza a respiração e a atenção plena aos sentidos, com

o objetivo de aumentar a consciência da realidade presente e promover um estado de relaxamento e foco.

Interessante também notar a tendência a falar com pronomes femininos, como se a Monja aqui discursou para um público inteiramente feminino. Considerando que o vídeo foi gravado para as redes sociais, é quase impossível de acreditar que tal jogo e palavras não tenha sido proposital. Estariam as mulheres meditando mais? Ou apenas mais adeptas ao TikTok?

O vídeo serve como “trailer” do que é a meditação, um curto resumo da prática ensinada pela Monja, de forma sucinta e simples, para que o espectador possa acompanhar calmamente. É uma prática que pode ser útil para reduzir o estresse, promover a tranquilidade e desenvolver a consciência sensorial.

**CONSIDERAÇÕES FINAIS: Estamos aqui agora, nos entretenha<sup>25</sup>.**

Pensar e tratar sobre meditação e sua relação com espiritualidade na sociedade hipermoderna requer compreender, primeiramente, que espiritualidade difere de religião. A espiritualidade permeia não somente os dogmas e pensamentos religiosos, mas, também, inclui diversos outros fundamentos (BERGER, 2017), já que atravessa as fronteiras dos princípios religiosos pré-estabelecidos por instituições centenárias (ou milenares) e se manifesta, independentemente dos ritos, na busca de valores mais elevados, como compaixão, misericórdia e propósito de vida.

A realização espiritual e o conhecimento sobre espiritualidade avançou sobre diversas searas da vida humana gradualmente, sendo reconhecida como um processo de pensamento de crenças religiosas. Além das tradições religiosas, a espiritualidade pode ser encontrada na conexão com a natureza, na busca por autoconhecimento e na exploração do transcendental, por exemplo.

Observando as tendências mercadológicas e espirituais recentes, podemos notar que a maioria das ideias relacionadas à autoajuda e aos programas de desenvolvimento pessoal tem a espiritualidade como seu foco central, o que reflete a crescente apelação em massa e aceitação dessa abordagem. As forças de mercado estão percebendo essa evolução como uma oportunidade a ser explorada, à medida que estudos científicos indicam os impactos positivos da espiritualidade na saúde, no bem-estar, na paz e na felicidade dos indivíduos.

Viver na sociedade atual deixa poucas opções para que um indivíduo não seja afetado pela cultura do consumo. O consumismo se tornou um novo *modus vivendi* nos tempos contemporâneos. Sanches (2012) explica que para sobreviver nessa sociedade, as pessoas precisam assumir a subjetividade de consumidores e, ao mesmo tempo, se tornar mercadorias, ou seja, são consumidores e consumíveis. Este é um fenômeno há tempos observado pela autora, que, por exemplo, visitou, recentemente, o Mosteiro Zen Budista Morro da Vargem, localizado em Ibirajú, ES.

---

<sup>25</sup> O título faz referência à música "*Smells like teen spirit*", da banda norte-americana Nirvana (1991).

Ali, além de meditar, teve a oportunidade de fazer refeição no restaurante aberto a turistas que vão visitar a maior estátua do Buda da América Latina, mas também comprar iguarias produzidas na região, entre elas cachaça, cerveja artesanal e um guaraná com uma ilustração do Buda no rótulo.

Quando se trata da relação entre religião e mídias, embora algumas comunidades religiosas possam, inicialmente, demonstrar uma visão negativa, muitas delas acabam adotando as tecnologias de informação e comunicação para circular seus discursos. Isso aconteceu por toda a história, desde a escrita da Bíblia na língua do povo através da prensa tipográfica até o uso do rádio e da televisão.

Analisamos a técnica de mindfulness, entre outras formas de meditação, que foi compartimentada, entre religião e ciência, resultando em certa exploração do tema, que por interesses comerciais, também leva à sua instrumentalização e venda, direcionando a prática para atender às demandas do mercado em vez de promover uma reflexão analítica sobre as causas do sofrimento dos sujeitos, como proposto em sua origem. Aqui observamos um efeito ambivalente (BAUMAN, 2008), pois apesar da técnica ter sido apropriada pelo mercado e transformada em uma fórmula mágica e eficaz de bem-estar, ainda há o valor positivo de trazer práticas deveras eficientes aos indivíduos, haja vista que não podemos dimensionar os efeitos que determinadas práticas religiosas geram em seus corações.

Han (2022) afirma que estamos na transição da idade das coisas para a idade das coisas que não são coisas. Segundo ele, a informação é a “não coisa” que determina o mundo em que vivemos. Já não habitamos a terra e o céu, mas sim o *Google Earth*. O mundo torna-se cada vez mais intangível e “nublado”.

As “não-coisas” que Han analisa são dados, informação, rapidez e toda pressa que nos cerca nos dias de hoje, visto que a digitalização desmaterializa o mundo (HAN, 2022). E tal desmaterialização também fomenta o egoísmo essencial daqueles que se criam nas/pelas redes sociais digitais, onde se coloca em palco a faceta que mais os agrada. Nós próprios encenamos o tempo todo e representamos a nossa identidade nas diversas mídias e redes do ecossistema on-line.

Nosso objeto de estudo, no ano de 2022, firmou contrato com a Ambev para fazer campanha publicitária on-line para a empresa, revendedora de bebidas alcoólicas e se mostra adaptada à cultura de consumo da espiritualidade. Mesmo se considerarmos a meditação (ou a venda de cursos sobre o tema) como um mercado, o mesmo parece distante e pouco coerente com a indústria da venda de bebidas alcoólicas.

Talvez, aqui, vemos que além de ser monja e instrutora de meditação, a Monja Coen também assume o papel de influenciadora, influenciadora acima de tudo, já que usa, por exemplo, *hashtags* com seu nome em todos os seus vídeos, o que traz a sua popularização nas redes, além de facilitar buscas. E isso não é de todo uma crítica, afinal, é justamente por meio da fala de personalidades como Coen sobre a sistematização da meditação e a correlação entre a prática meditativa e o bem estar e autoconhecimento que muitas pessoas têm acesso a um conhecimento antes inacessível ou desconhecido.

No budismo, acredita-se que é necessário compreender e eliminar o *dukkha*, que abrange o sofrimento em seu sentido mais amplo. Bhikkhu Bodhi, um monge budista ocidental (THANISSARO, 2022), alertou para o fato de que, sem uma crítica social, as práticas budistas podem ser usadas também para perpetuar e reforçar a sociedade consumista na qual vivemos, já que, muitas vezes, vemos as jornadas individuais de autotransformação serem consideradas produtos a serem consumidos.

Em 2020, o canal do Youtube Porta dos Fundos publicou um vídeo que mostrava um personagem registrando em seu (suposto) Instagram as aventuras de estar em um retiro budista. O vídeo intitulado “Meditagram” tem mais de um milhão de visualizações e nos faz refletir sobre como a experimentação de práticas contemplativas talvez, em uma sociedade hedonista como a nossa, falem mais sobre parecer evoluído ou em paz do que realmente encontrar um lugar de desapego e paz interior. Parece-nos que é mais fácil um sujeito desejar tirar uma selfie com o Buda a fazer os sacrifícios relacionados a dedicar-se ao dharma.

Uma das maiores limitações desta pesquisa foi, decerto, a falta de publicações que unissem os conhecimentos sobre meditação à seara da comunicação digital e, com isso, afirmamos que este é um caminho pelo qual

ainda surgem diversas hipóteses e provocações, afinal, por que não manter-nos pesquisando as relações das religiões, práticas espirituais e crenças com o ecossistema digital?

Com base nessa ideia, e unindo-a ao discurso de Monja Coen no TikTok, concluímos que, apesar de ser uma alternativa valiosa e eficiente, o caminho para o autoconhecimento e a profunda busca pelo bem-estar de cada indivíduo através da meditação, exige reconhecer que as redes sociais virtuais oferecem uma narrativa volátil da realidade, já que o consumismo dita essa regra, a qual os sujeitos acabam por seguir, mesmo que inconscientemente.

Nossa felicidade parece, nas redes on-line, estar tão próxima quanto um clique, porém compreender essa abordagem implica entender o jogo incansável da midiatização e do consumo: sempre haverá um novo clique a ser dado, algo novo que parece trazer consigo uma fórmula mágica de contentamento, provavelmente pouco duradoura. Meditar é prática, é sistema, e parece mais simples e acessível quando apresentado em apenas um minuto.

No entanto, Monja Coen fala sobre a impermanência da vida, a fragilidade do nosso tempo e, aqui, desafiamos a narrativa do consumo, quando, verdadeiramente compreendemos que tudo muda o tempo todo e a felicidade e o bem estar podem ser encontrados quando o sujeito entende que a plenitude é adquirida por meio de conexão genuína consigo mesmo, da sabedoria, independentemente de circunstâncias, perfis sociais on-line e, até mesmo, hábitos e coisas materiais externas ao indivíduo.

O interesse crescente de indivíduos pelo mundo da influência digital é perceptível: já se convencionou que o digital é uma forma lucrativa de trabalho, no qual, além de tudo, se pode alcançar uma garantia de “prazer, que seja denso em contatos e relacionamentos com os demais, que seja executado em uma “atmosfera convidativa” (LIPOVETSKY, 2007, p.15).

A mensagem de Monja Coen no TikTok constitui um ethos hipermoderno e líquido: os sentidos que produz são fluidos, efêmeros e rápidos, supostamente promovem satisfação instantânea, na esteira de uma tendência fugaz e imperdível. O interesse por temas como meditação surgiu em um momento delicado no mundo, no qual uma oferta de alívio se mostrava necessária. É simples encontrar o bem estar, basta seguir os passos dados no TikTok para se aprender a meditar.



É crucial que a prática de mindfulness seja revigorada com uma abordagem ética e socialmente consciente, capaz de enfrentar os desafios do *Zeitgeist*, levando em conta a ambivalente imbricação das redes sociais digitais, da cultura do consumo, da circulação de conteúdos no Tik Tok e, sobretudo, da busca incessante dos sujeitos por completude, propósito e sentidos de vida.

## Referências

- ABIDIN, Crystal. Mapping Internet Celebrity on TikTok: Exploring Attention Economies and Visibility Labours. **Cultural Science Journal**, v. 12, n. 1, p. 77–103, 2020.
- AMOSSY, Ruth. Da noção retórica de ethos à análise do discurso. *In*: Amossy, Ruth (Org.). **Imagens de si no discurso: a construção do ethos** / Ruth Amossy (org.). - 2. ed., 3ª reimpressão. - São Paulo: Contexto, 2016.
- ARMSTRONG, K. **Uma história de Deus**. São Paulo: Cia das Letras, 1994.
- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 2008.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: Transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro : Zahar, 2008.
- \_\_\_\_\_. **Vigilância Líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2014.
- BERGER, Peter. **Os múltiplos Altares da Modernidade**. Rumo a um paradigma da Religião numa época pluralista. Petrópolis: Vozes, 2017.
- BERGER, C.; ALCALAY, L.; TORRETTI, A.; MILICIC, N. Socio-emotional WellBeing and Academic Achievement: Evidence from a Multilevel Approach. **Psicologia: Reflexão e Crítica**, v. 24 (2), p. 344-351, 2011.
- BEIGUELMAN, G. **Coronavida: pandemia, cidade e cultura urbana**. São Paulo: ECidade, 2020.
- BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução à análise do discurso** / Helena H. Nagamine Brandão -- 6.ed. -- Campinas, SP: Editora Unicamp, 1997.
- BORELLI, V. **Mídia e Religião: Entre o mundo da fé e do fiel**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2010.
- BOURDIEU, P. **Language and Symbolic Power**. Cambridge: Harvard University Press, 1991.
- BYLAARDT, C. **Arte Engajada e arte autônoma no pensamento de Theodor Adorno**. Pandaemonium, 2013.
- CAETANO DA SILVA, PAULO RICARDO. **História e Ciência da meditação: da religião ao mindfulness no cenário brasileiro**. 2022. Dissertação de mestrado em Ciência das Religiões, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB.
- CAMPBELL, H. **When religion meets new media**. London: Routledge, 2010.
- CAMPBELL, J. **As máscaras de Deus**. São Paulo: Palas Athena Editora, 2008.
- CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da Internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.
- CHETOCHINE, Georges. **O blues do consumidor: por que seu cliente não está satisfeito** / Georges Chetochine; tradução Georges Kormikiaris; – São Paulo: Financial Times – Prentice Hall, 2006.
- COEN, M. **Zen para distraídos**. São Paulo: Academia, 2018.
- \_\_\_\_\_. “+ Meditação, - Stress” 7/7/2021. TikTok: Monja Coen. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@monjacoen/video/6982192901442768134/> Acesso em: 14 maio 2023.

\_\_\_\_\_. “O que é a felicidade?” 15/7/2021. TikTok: Monja Coen. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@monjacoen/video/6985182048495340805/> Acesso em: 14 maio 2023.

\_\_\_\_\_. “Conheça seus sentimentos com a meditação” 18/8/2021. TikTok: Monja Coen. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@monjacoen/video/6997856932119776517/> Acesso em: 14 maio 2023.

\_\_\_\_\_. “Os dois alicerces do Budismo” 31/8/2021. TikTok: Monja Coen. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@monjacoen/video/7002686565256580357/> Acesso em: 14 maio 2023.

\_\_\_\_\_. “Respiração e Meditação” 10/09/2021. TikTok: Monja Coen. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@monjacoen/video/7006368327538937093/> Acesso em: 14 maio 2023.

\_\_\_\_\_. “Tudo que é bom, dói” 1/10/2021. TikTok: Monja Coen. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@monjacoen/video/7014165899779329286/> Acesso em: 14 maio 2023.

\_\_\_\_\_. “Qual é a sua fé?” 19/10/2021. TikTok: Monja Coen. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@monjacoen/video/7020851248257699078/> Acesso em: 14 maio 2023.

\_\_\_\_\_. “Você já se observou hoje?” 27/10/21. TikTok: Monja Coen. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@monjacoen/video/7023828581310663941/> Acesso em: 14 maio 2023.

\_\_\_\_\_. “Vamos meditar juntos?” 16/12/2021. TikTok: Monja Coen. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@monjacoen/video/7042424335918714117/> Acesso em: 14 maio 2023.

CHAMPION, Françoise. “Constituição e Transformação da Aliança Ciência-Religião na Nebulosa Místico-Esotérica”. **Religião e Sociedade**, vol. 21, nº 2: 25-43, 2001.

CRARY, J. **Suspensions of perception: attention, spectacle and modern culture**. Massachusetts: MIT Press, 2000.

DALAI LAMA. **Uma ética para o novo milênio**. Rio de Janeiro: Sextante, 2000.

DAMASIO, Antonio. **O Erro de Descartes**. São Paulo: Economica, 2012.

DAVIDSON, Richard J.; GOLEMAN, Daniel. **A ciência da meditação**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2017.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Trad. Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DI FELICE, Massimo. **Net-ativismo: da ação social para o ato conectivo**. São Paulo: Paulus, 2017.

DURKHEIM, E. **As formas elementares da vida religiosa**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

EGGS, Ekkehard. Ethos aristotélico, convicção e pragmática moderna. In: AMOSSY, Ruth (Org.). **Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. - 2.ed., 3ª reimpressão. - São Paulo: Contexto, 2016.

FAUSTO NETO, Antonio. **Religião do contato: Estratégias dos novos “templos midiáticos”**. Em *Questão*, 2(1), 2004, pp. 163-182.

FIORIN, José Luiz. Organização linguística do discurso: enunciação e comunicação. In: FÍGARO, Roseli (Org.). **Comunicação e Análise do Discurso**. São Paulo: Contexto, 2012.

FLUSSER, V. **A filosofia da caixa preta**. Ensaio para uma futura filosofia da fotografia. São Paulo: Huitec, 1985.

FOUCAULT, Michel. Tecnologias de si. **Verve**, 6, 2004. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/verve/article/view/5017/3559>>. Acesso em 27 de outubro de 2022.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2007.

GNERRE, M. L. A.; BAEZ, G. C. O.; MONTEIRO, J. A. B. C. **Os caminhos da meditação: estudo histórico, filosófico e técnico sobre a meditação, desde Índia e Tibete até sua chegada ao Brasil**. 2017. Dissertação (Mestrado em Ciências das Religiões) – Universidade Federal da Paraíba.

GOODY, Jack. **A lógica da escrita e a organização da sociedade**. Lisboa: Edições 70, 1987.

GROSS, C. et. al. Mindfulness-Based Stress Reduction Versus Pharmacotherapy for Chronic Primary Insomnia: A Randomized Controlled Clinical Trial. **Explore**. Vol. 7, Issue 2, March-April 2011.

HAGEN, A. N.; LÜDERS, M. **Social streaming? Navigating music as personal and social**. *Convergence*, v. 23, n. 6, p. 643–659, 2017.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HAN, Byung-Chul, **Sociedade do cansaço**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017.

\_\_\_\_\_. **A filosofia do Zenbudismo**. Petrópolis: Ed. Vozes, 2020.

\_\_\_\_\_. **Não-coisas**. Petrópolis: Ed. Vozes, 2022.

\_\_\_\_\_. **Vita Contemplativa**. Petrópolis: Ed. Vozes, 2023.

\_\_\_\_\_. **No Enxame**. Petrópolis: Ed. Vozes, 2018.

HJARVARD, Stig. **Mediatização: conceituando a mudança social e cultural**.

*MATRIZES*, São Paulo, v.8, p.21-44, jan./jun., 2014.

LAGO, Davi. Há no homem um vazio do tamanho de Deus. *Atos* 29, 2011. Disponível em:

<<http://ar-atos29.blogspot.com/2011/06/ha-no-homem-um-vazio-do-tamanho-de-de-us.html>>. 12 de janeiro de 2023.

HUFFPOST. Beyond McMindfulness. 1 de julho de 2013. Disponível em: [https://www.huffpost.com/entry/beyond-mcmindfulness\\_b\\_3519289](https://www.huffpost.com/entry/beyond-mcmindfulness_b_3519289) Acesso em: 12 dez 2022.

HESSE, H. **Sidarta**. São Paulo: Ed. Record, 1950.

HOFMANN, S. G., Sawyer, A. T., Witt, A. A., & Oh, D. (2010). The effect of mindfulness-based therapy on anxiety and depression: A metaanalytic review. **Journal of Consulting and Clinical Psychology**, 78(2), 169-183. doi: 10.1037/a0018555.

HOOVER S., 2006. **Religion in the media age**. London: Routledge.

- HOUTART, François. **Mercado e Religião**. São Paulo: Cortez Editora, 2002.
- JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- KABAT-ZINN, Jon. An outpatient program in behavioral medicine for chronic pain patients based on the practice of mindfulness meditation: Theoretical considerations and preliminary results. **General Hospital Psychiatry**. 1982. Disponível em: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/7042457>. Acesso em: 01 maio 2019.
- KABAT- ZINN, J. Mindfulness-Based Interventions in Context: Past, Present, and Future. **Clinical Psychology: Science and Practice**, 10, 144-156, 2003.
- KHATTAB, Mona. **Synching and performing: body (re)presentation in the short video app TikTok**. WiderScreen, v. 21, n. 1-2, 2019.
- KEAY, John. **India: A History**. Atlantic Monthly, 2000.
- LASCH, C. **A Cultura do Narcisismo**. Rio de Janeiro: Imago, 1985.
- LÉVI-STRAUSS, C. **Antropologia Estrutural**. Tradução de Chaim Samuel e Eginardo Pires. Revisão etnológica de Julio Cezar Melatti. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1991.
- LIPOVETSKY, Gilles; CHARLES, Sebastien. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Barcarolla, 2004.
- \_\_\_\_\_. **Da leveza: Para uma civilização do ligeiro**. Lisboa, Portugal: Edições 70, 2016.
- \_\_\_\_\_. **A felicidade paradoxal: ensaios sobre a sociedade de hiperconsumo**. Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- \_\_\_\_\_. **A Sociedade da Decepção**. São Paulo: Manole, 2007.
- LIMA DA COSTA, R. **A espiritualidade do Consumo e o Consumo da Espiritualidade**. São Paulo: Recriar, 2018.
- Lutz, J., Herwig, U., Opialla, S., Hittmeyer, A., Jäncke, L., Rufer, M., ... Brühl, A. B. (2013). Mindfulness and emotion regulation - An fMRI study. **Social Cognitive and Affective Neuroscience**, 9(6), 776-785. <https://doi.org/10.1093/scan/nst043>.
- MAINGUENEAU, Dominique. **Cenas da enunciação**. São Paulo: Parábola, 2008.
- \_\_\_\_\_. **Análise de textos de comunicação**. 6. Ed. São Paulo: Cortez, 2013.
- \_\_\_\_\_. Ethos, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, Ruth (Org.). **Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. - 2.ed., 3ª reimpressão. - São Paulo: Contexto, 2016.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicacao como extensoes do homem**. São Paulo: Cultrix, 1964
- MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicologia ou mediologia? A fundação de um campo científico da comunicação**. São Paulo: Paulus, 2018.
- MARQUES, José Roberto. **Qual é a origem do coaching?**. Instituto Brasileiro de Coaching, 2020. Disponível em: <https://www.ibccoaching.com.br/portal/coaching/qual-origem-coaching/> >. Acesso em 5 de julho de 2021.
- MÁXIMO-FILHO, Eliceu. (2011), **Meditação Transcendental e Saúde: uma revisão eletrônica da produção científica multidisciplinar em bancos de dados, de 1970 a 2006**. São Paulo: Dissertação de Mestrado em Saúde Pública, USP.

MIND & LIFE INSTITUTE. Disponível em: <https://www.mindandlife.org/> >. Acesso em: 23/02/2019.

MIND-BODY MEDICAL INSTITUTE. “Herbert Benson , MD”. Disponível em: <Disponível em: <http://www.mbmi.org/> >. Acesso em: 23/02/2019.

MINDFULNESS MEDITATION. “Jon Kabat-Zinn”. Disponível em: <Disponível em: <https://www.mindfulnesscds.com/> >. Acesso em: 23/02/2019.

MONITORAMENTO CASOS DE COVID NO BRASIL. Disponível em: <https://covid19br.wcota.me/> Acesso em 12 dez 2022.

NORA, P. **Entre memória e história: A problemática dos lugares**. Revista do Programa de Estudos pós-graduados de História. São Paulo, v.10, 1993. p.7 -28. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/revph/article/view/12101>.

NORRIS, P; INGLEHART, R. **Sacred and Secular**. New York: Cambridge University Press, 2004.

Organização Mundial da Saúde. (2023). COVID-19 Dashboard. Recuperado de <https://www.who.int/covid19/dashboard>

ORLANDI, Eni. P. **Análise de Discurso**. Campinas: Pontes, 2007.

\_\_\_\_\_. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos** / Eni P. Orlandi 12ª edição, Ponte Editores, Campinas, SP: Ponte Editores, 2015.

PAVEAU, Marie-Anne. Título original: L'analyse du discours numérique: dictionnaire des formes et des pratiques, Ed. Hermann, 2017. **Análise do discurso digital: dicionário das formas e das práticas** / Marie-Anne Paveau; Organizadores: Julia Lourenço Costa e Roberto Leiser Baronas. 1. ed. – Campinas, SP: Pontes Editores, 2021.

ROBERTO, H., e CHERQUES, T. Max Weber e a ética nas organizações: cinco hipóteses sobre a cultura e a moral de conceitos. **Revista de Administração Pública**, v. 31: abril, 1997.

RODRIGUES, A.; BRAGA, A. A Natureza Midiática da Experiência. In: BARRETO, E. et. al., **Mídia, Tecnologia e Linguagem Jornalística**. João Pessoa: Editora do CCTA, 2014, p. 188-202.

ROSSI, Luiz Alexandre Solano. **Espiritualidade de consumo**. Central de Notícias Uninter, 2020. Disponível em:

<<https://www.uninter.com/noticias/espiritualidade-de-consumo>>. Acesso em 20 de outubro de 2022.

SAID, E. **Orientalismo: o Oriente como invenção do Ocidente**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007 (tradução de Rosaura Eichenberg), pp.27 a 163 e 273 a 437.

SANCHES, Wagner Lopes. Espiritualidade do consumismo. In: VILHENA, Maria Angela; PASSOS, João Décio. (Orgs.). **Religião e consumo: relações e discernimentos** / Maria Angela Vilhena, João Décio Passos (orgs.). – São Paulo: Paulinas, 2012. – (Coleção religião e universidade).

SCHRAMM, Wilbur. The nature of communication between humans. In: SCHRAMM, W.; ROBERTS, D. **The process and effects of communication**. Urbana: University of Illinois. 1971.

SIMMEL, G. **O conflito da cultura moderna**. São Paulo: Senac, 2013.

SMITH, A. **A riqueza das nações: investigação sobre sua natureza e suas causas**. Trad. Luiz João Baraúna. 2. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1985.

STEIL, Carlos Alberto. Pluralismo, modernidade e tradição: transformações do campo religioso. **Ciências sociais e religião**. Porto Alegre, ano 3, n. 3, 2001.

TEASDALE, J. D.; Moore, R. G.; Hayhurst, H.; Pope, M.; Williams, S. & Segal, Z. V. . Metacognitive awareness and prevention of relapse in depression: Empirical evidence. **Journal of Consulting and Clinical Psychology**, 70 (2), 275-287, 2002.

TECHTUDO. TikTok ultrapassa 1,5 bilhão de downloads e ainda supera o instagram. 2019. Disponível em:

<https://www.techtodo.com.br/noticias/2019/11/tiktok-ultrapassa-15-bilhao-de-downloads-e-ainda-supera-o-instagram.ghtml>. Acesso em: 31 jan. 2022.

TERRA. Prática de Meditação aumenta durante a pandemia no Brasil. 7 de março de 2022.

<https://www.terra.com.br/noticias/pratica-de-meditacao-aumenta-durante-a-pandemia-no-brasil,96eb92c46c44965c1802768180a1fddb93rdravi.html>  
Acesso em 02 mar 2023.

TESSUTO, Luísa. Doença do século? De acordo com a Organização Mundial da Saúde, a depressão deverá ser a doença mais comum do mundo em 2030. Sextante-UFRGS, 2022. Disponível em:

<<https://www.ufrgs.br/sextante/doenca-do-seculo/>>. Acesso em 4 de janeiro de 2023.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade**. Rio de Janeiro: Vozes, 2008.

VAN DIJCK, J. **Mediated memories in the digital age**. Stanford University Press, 2007.

Vittude. (2018). Compaixão: os benefícios de desenvolver um olhar compassivo ao outro. Blog Vittude. Recuperado de <https://www.vittude.com/blog/compaixao-os-beneficios-de-desenvolver-um-olhar-compassivo-ao-outro>

WEBER, M. **The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism**. Traduzido do alemão por T. Parsons. Nova York: Scribner, 1958.

WILHELM, R.; JUNG, C. **O segredo da flor de ouro**. Petrópolis: Vozes, 2017.

WRIGHT, Richard. **Porque o Budismo funciona?** São Paulo:Ed. Sextante, 2018.

WURMAN, Richard Saul. **Ansiedade de Informação: Como Transformar Informação em Compreensão**. São Paulo: Cultura Editora Associados, 1991.

ZEIDAN, Fadel et al. Mindfulness meditation improves cognition: evidence of brief mental training. **Consciousness and Cognition**, [S.l.], v. 19, n. 2, p. 597-605, jun. 2010.

ZIZÉK, Slavoj. **O culto da paixão descafeinada**. Revista IHU On-line. São Leopoldo, ano 4, n. 91, 2004.