

Mídia e mediação nas religiões afro-brasileiras no extremo sul do Brasil: a atuação das produtoras afro

Media and mediation in Afro-Brazilian religions in the far south of Brazil: the role of Afro-Brazilian production companies

Leonardo Oliveira de Almeida¹

PPGAS/UFRGS, Universidade Federal do Ceará (UFC)

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-0958-4888>

E-mail: leonardoalmeidaufc@gmail.com

Erico Carvalho²

PPGAS/UFRGS

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-3552-7588>

E-mail: erico.carvalho@hotmail.com

Recepção: 15.04.2026

Aprovação: 25.05.2026



Resumo: No Rio Grande do Sul, estado brasileiro onde os cultos afro-brasileiros são numericamente expressivos, observou-se o surgimento de empresas de mídia voltadas para o público afrorreligioso, comumente chamadas de produtoras afro. Essas empresas produzem vídeos, fotografias, podcasts, documentários, transmissões ao vivo, entre outros serviços comumente publicados nas redes sociais. Este artigo analisa a atuação de quatro empresas nos anos de 2019 e 2023. A pesquisa se baseia em dados sobre rituais fotografados e publicados no Facebook pelas empresas *Grande Axé*, *Kizomba*, *Planeta África* e *Afro Mídia*, além de dados etnográficos e entrevistas realizadas com religiosos. Argumenta-se que cada uma das três modalidades afrorreligiosas mais presentes no Rio Grande do Sul (Batuque, Umbanda e Quimbanda) e suas respectivas entidades/divindades se relaciona de maneira distinta com a produção/compartilhamento de imagens e com as empresas de

¹ Doutor em Antropologia Social (PPGAS/UFRGS) / PhD in Social Anthropology (PPGAS/UFRGS) Federal University of Ceará (UFC);

² Doutor em Antropologia Social (PPGAS/UFRGS) / PhD in Social Anthropology (PPGAS/UFRGS)

mídia, e que esses padrões de interação revelam diferenças significativas nos regimes de visibilidade e exposição e apontam para transformações recentes no campo religioso afro-gaúcho.

Palavras-chave: produtoras afro; mídia; religiões afro-brasileiras; Rio Grande do Sul; fotografia; audiovisual.

Abstract: In Rio Grande do Sul, a southern Brazilian state where Afro-Brazilian religions have a significant presence, media companies specializing in Afro-religious audiences have recently emerged. Commonly referred to as *produtoras afro*, these enterprises produce photographs, videos, podcasts, documentaries, livestreams, and other media content, most of which is disseminated through social media platforms. This article examines the activities of four such companies in 2019 and 2023. The analysis draws on data concerning rituals photographed and published on Facebook by *Grande Axé*, *Kizomba*, *Planeta África*, and *Afro Mídia*, as well as ethnographic fieldwork and interviews with religious practitioners. We argue that each of the three Afro-Brazilian religious traditions most prevalent in Rio Grande do Sul - Batuque, Umbanda, and Quimbanda - and their respective deities and spiritual entities relate differently to the production and circulation of images and to media companies. These distinct patterns of interaction reveal significant differences in regimes of visibility and exposure while also pointing to recent transformations in the Afro-Gaúcho religious field.

Keywords: Produtoras Afro; media; Afro-Brazilian religions; Rio Grande do Sul; photography; audiovisual.

Em uma noite de sexta-feira de dezembro de 2025, quem passou pela frente de um grande palacete localizado na Rua Duque de Caxias, no Centro Histórico de Porto Alegre, capital do Rio Grande do Sul, presenciou o encontro de cerca de 200 pais e mães de santo gaúchos.³ Portando suas indumentárias rituais, essas lideranças e seus acompanhantes participaram do lançamento da cartilha Direito do Povo de Terreiro na Luta Contra a Discriminação e o Racismo Religioso. A ação foi promovida pelo Ministério da Igualdade Racial em articulação com a Comunidade Terreira Ilê Axé Yemonjá Omi Olodo. A execução do projeto, assim como a organização do evento, foi feita exclusivamente por membros deste terreiro⁴, o que incluiu tanto o processo de pesquisa e de confecção da cartilha quanto as diversas tarefas que envolvem a realização de um evento desta magnitude, incluindo também o registro de imagens em vídeo e fotografia.

Em um dado momento, pouco antes do início das atividades, Mestre Guto Obafemí, coordenador do projeto, reuniu apressadamente os membros da equipe para os últimos acertos. Dois jovens membros do terreiro se encarregariam de registrar as imagens do evento. Mestre Guto buscou explicar o que cada um de-

³ Gaúcho é o gentílico para os nascidos no estado do Rio Grande do Sul.

⁴ Espaço de culto afrorreligioso, também denominado no Rio Grande do Sul de Casa de Religião.

veria realizar. Sem encontrar palavras, ele declarou: – Você vai ser *Kizomba* e você vai ser *Grande Axé*. Ele fazia alusão às duas grandes produtoras audiovisuais do meio afro-gaúcho, o que, entre risos, foi prontamente compreendido. Significava que o primeiro deveria focar na produção de vídeos e declarações dos presentes, enquanto o segundo deveria concentrar-se na produção de fotografias dos participantes, sobretudo de retratos em grupo que evidenciassem os vínculos de amizade entre eles.

Este breve relato etnográfico experienciado por um dos autores deste artigo expressa entre outras coisas, tanto o nível de importância que assume o registro audiovisual no meio afrorreligioso no Rio Grande do Sul, como também o grau de reconhecimento destas duas grandes empresas, ao ponto de seus estilos de produção se tornarem referência neste meio. Estamos dando destaque, portanto, a diferentes formas de mediação ou, distanciando-nos de um viés essencialmente informacional, de produção presenças (Giumbelli, Almeida, Toniol, 2023) que, como o próprio campo informa, são também objeto de controvérsias.

Neste sentido, o artigo busca examinar o universo destas produtoras afro, também designadas como empresas de mídia, que atuam no Rio Grande do Sul e, em determinados casos, estendem suas atividades à Argentina e ao Uruguai, em consonância com o processo de transnacionalização religiosa descrito por Oro (2012) e Frigerio (2013), entre outros. O foco recai sobre quatro empresas que oferecem cobertura de mídia a terreiros de Batuque, Umbanda e Quimbanda, algumas das três modalidades afrorreligiosas mais presentes nesse estado brasileiro: *Grande Axé*, *Planeta África*, *Afro Mídia* e *Kizomba*. A análise se apoia em pesquisas realizadas em diferentes momentos desde 2015, desenvolvidas por meio de trabalho etnográfico que acompanhou funcionários dessas produtoras em suas atividades em terreiros de Porto Alegre e de outras cidades gaúchas. Além disso, incorporamos entrevistas realizadas com adeptos, proprietários e funcionários das empresas, bem como com entidades (pombagiras, exus, caboclos), e, sobretudo, um levantamento sistemático das publicações dos eventos referentes aos anos de 2019 e 2023. Em determinados momentos, propomos comparações entre esses dois períodos, com o objetivo de evidenciar transformações tanto na atuação das produtoras quanto na configuração do campo afrorreligioso.

A escolha desses dois anos não é arbitrária. O ano de 2019 antecede a pandemia de COVID-19, enquanto que o ano de 2023 precede as enchentes e alagamentos que atingiram diversas cidades do Rio Grande do Sul em 2024. Ambos os acontecimentos provocaram alterações significativas na dinâmica ritual dos terreiros e na atuação das Produtoras Afro, além de imporem desafios

metodológicos à sistematização de dados. Assim, a seleção de 2019 e 2023 permite observar o funcionamento do mercado de mídia afrorreligiosa em momentos imediatamente anteriores a rupturas que reconfiguraram o campo e impuseram descontinuidades na atuação dessas empresas.

As informações mobilizadas na análise foram obtidas por meio de duas estratégias metodológicas. A primeira consistiu no acesso ao relatório anual de atividades de uma das empresas pesquisadas. A segunda, muito mais utilizada, envolveu o acompanhamento cotidiano do feed de notícias (newsfeed) da rede social Facebook, no qual as produtoras publicam os registros fotográficos dos eventos cobertos. Nessas páginas, as imagens são organizadas em álbuns que comumente indicam o nome e endereço do terreiro, o nome da liderança espiritual contratante, a data, o tipo de ritual realizado e o nome da pessoa responsável pelo registro fotográfico. Tal procedimento constitui uma expectativa consolidada entre os contratantes e permanece como prática corrente, mesmo diante da crescente popularidade de outras plataformas. A centralidade do Facebook explica-se, entre outros fatores, pelo fato de ser a única, entre as redes sociais mais utilizadas no Brasil, que permite a publicação de álbuns com duzentas a quinhentas fotografias, quantidade usual de imagens produzidas em uma cobertura de eventos de Batuque, Umbanda ou Quimbanda.

Entre os fatores que impulsionam o surgimento e a atuação dessas produtoras destaca-se a existência de linguagens compartilhadas acerca do papel que ocupam no campo religioso e do tipo de serviço que oferecem aos terreiros. Essa linguagem comum apoia-se em uma característica específica do contexto afrorreligioso gaúcho: a maioria dos terreiros afirma praticar Batuque, Umbanda e Quimbanda,⁵ ainda que tais modalidades possam ocorrer em momentos ou espaços distintos dentro de uma mesma casa religiosa (Anjos, 2006; Oro, 2012; Corrêa, 2006). Este desenvolvimento conjunto e interdependente das três modalidades gerou o que poderíamos denominar de *complexo religioso afro-gaúcho*, o que constitui uma das particularidades da afrorreligiosidade no extremo sul do Brasil (Carvalho, 2025).

Em traços gerais, podemos definir o Batuque como a modalidade mais “tradicional” de culto aos Orixás, tendo se desenvolvido de forma independente no próprio Rio Grande do Sul. A Umbanda pode ser entendida como a modali-

⁵ Há diferentes regimes de organização entre os cultos, podendo variar de uma casa para outra. Mas em geral há uma tendência hierárquica com base nas entidades cultuadas, onde o culto aos orixás (Batuque) em geral é considerado mais importante, seguido da Umbanda e Quimbanda. Em alguns casos a Umbanda engloba a Quimbanda, em outros se dá de forma relativamente independente.

dade que agrega o culto aos orixás com o Cristianismo e o Kardecismo em diferentes registros, que chegou ao estado no início do século XX vindo do sudeste do país. Já a Quimbanda constitui uma especialização do culto às entidades conhecidas como exus e pombagiras, entre outras entidades, e tem aspectos mágico-religiosos de cunho prático. Tendo se desenvolvido a partir da década de 1970 como um culto relativamente independente (Giumbelli & Almeida, 2021), quando deixou de ser apenas uma linhagem de espíritos agregados ao universo ritualístico da Umbanda (descolamento que vem sendo objeto de intensas discussões), acabou tomando novas proporções nas últimas décadas (Oro, 2012).

A coexistência dessas diferentes modalidades favorece a circulação de repertórios visuais e expectativas quanto aos modos de exposição pública. Produzem-se, assim, imagens imaginadas, modelos de visibilidade que se tornam socialmente desejáveis para um público permanentemente imerso nas porosidades que conectam experiência religiosa, redes sociais e dispositivos técnicos de mediação. Cumpre ressaltar, que essas linguagens compartilhadas não apagam as especificidades dos terreiros, mas operam em paralelo e de modo potencialmente complementar, dado que os eventos registrados pelas produtoras, conforme analisaram Leistner e Mateus (2021, p. 159), são também realizados para que os códigos de um terreiro sejam visualizados por outros. As coberturas de mídia passam, desse modo, a integrar um conjunto mais amplo de serviços oferecidos aos terreiros, como confecção de roupas, fornecimento de animais para sacrifício, produção de bolos decorados e outros alimentos ritualísticos, camisetas estampadas, entre diversos outros.

Os dados do Censo do IBGE publicados em 2010 já indicavam a expressiva presença das religiões afro-brasileiras no Rio Grande do Sul. No levantamento mais recente, de 2022, o estado voltou a figurar como aquele com maior número proporcional de pessoas que se declaram praticantes dessas religiões, com 3,2% da população declaradamente afrorreligiosa, em contraste com a proporção brasileira que gira em torno de 1%. O estado também reúne 18 das 20 cidades brasileiras com maior número de adeptos no país, encabeçadas pelo município de Viamão, onde esta proporção chega a 9,3%.⁶ Além disso, censos realizados em Porto Alegre e algumas cidades de sua região metropolitana, identificaram a existência de um grande número de terreiros. O Censo de 2007, realizado pela prefeitura de Porto Alegre, revelou a existência de 1.290 terreiros na capital.⁷

⁶ Esta particularidade chama a atenção uma vez que o estado possui uma proporção racial majoritariamente branca e a cultura negra é apartada do discurso oficial sobre a história do estado.

⁷ Esta pesquisa foi realizada em convênio com a UFRGS. Os dados originais nunca foram divulgados e se encontram nos arquivos da Prefeitura de Porto Alegre.

Nesse cenário, emergem indícios de processos de ajustamento e redefinição entre Batuque, Umbanda e Quimbanda. Pais e mães de santo anunciam, por exemplo, o suposto “desaparecimento da Umbanda”, enquanto outros apontam para o rápido crescimento da Quimbanda e sua influência sobre as demais modalidades (Oro, 2014). Este artigo busca compreender parte desse dinamismo por meio de um vetor ainda pouco explorado na literatura: a atuação das produtoras de mídia. Ao analisar suas publicações, estratégias visuais e formas de inserção no cotidiano ritual, procuramos demonstrar que as três modalidades religiosas e suas respectivas entidades e divindades estabelecem relações distintas com a produção de imagens e com os regimes contemporâneos de visibilidade. Nesse percurso, daremos destaque a três fenômenos: a grande presença de publicações relacionadas ao Batuque, mesmo em um contexto em que, pelas regras desta modalidade religiosa, os orixás não podem ser registrados em fotografias e vídeos; a desenvoltura de exus e pombagiras diante das câmeras e em sua relação com as produtoras; e as transformações recentes na Umbanda, sobretudo quanto à atuação dos caboclos. Este artigo pode contribuir, portanto, para a identificação de algumas chaves analíticas para o entendimento da atuação dessas produtoras.

ALGUNS DESAFIOS TEÓRICOS E METODOLÓGICOS

Este artigo inspira-se em uma concepção alargada de mídia, tal como proposta por Meyer (2011, 2012, 2015), Morgan (2008, 2011, 2013) e Stolorow (2005, 2013), perspectiva que desloca a noção de mídia – mas também de tecnologia – de um conjunto restrito de dispositivos técnicos para um campo ampliado de práticas de mediação. Em Almeida (2023), essa abordagem material da religião, que mobiliza a noção de mediação como categoria central, fundamenta uma análise das religiões afro-brasileiras no Rio Grande do Sul, evidenciando como mídias antigas e recentes podem interagir em dinâmicas contemporâneas. Ao adotarmos essa compreensão ampliada, consideramos que uma imagem de gesso de orixá, um tambor ou um objeto ritual atuam como mediadores tanto quanto uma fotografia publicada no Facebook ou uma transmissão ao vivo. Assim, práticas tradicionais e recursos digitais não constituem domínios separados, pois são dimensões articuladas de processos contínuos de negociação e atualização. Como se verá adiante, exus e caboclos, entidades cultuadas na Quimbanda e na Umbanda, bem como o culto aos orixás no Batuque, suscitam questões centrais nesse debate.

Como veremos ao longo do artigo, características há muito presentes no cotidiano dos terreiros gaúchos - ou inscritas nos “fundamentos” religiosos, expressão que, no contexto afrorreligioso se aproxima da noção de tradição⁸ - são atualizadas quando colocadas em relação com plataformas digitais, técnicas de fotografia e filmagem, transmissões ao vivo e outros recursos oferecidos pelas produtoras afro. Modos de produzir mediação com divindades e entidades, bem como processos de iniciação, permanecem e participam da geração de novas demandas e necessidades, também protagonizando controvérsias. Desse modo, a incorporação das mídias não se limita a ser analisada pela chave analítica da ruptura, pois pode ser entendida como reconfiguração de práticas que já operam por meio de mediações diversas.

A análise das publicações das quatro produtoras ao longo de um ano exige, contudo, a exposição de alguns critérios de análise e considerações metodológicas. O primeiro diz respeito às correspondências e discrepâncias entre o cotidiano ritual dos terreiros e o número de publicações para cada modalidade religiosa (Quimbanda, Batuque e Umbanda). No que se refere às correspondências, é possível identificar convergências significativas. Os meses de março, agosto e novembro, por exemplo, destacam-se pela realização de festas de Quimbanda, o que é confirmado tanto pelo volume de publicações quanto pela centralidade que as festividades dedicadas a exus e pombagiras assumem no cotidiano ritual nesses períodos. Nesse sentido, aquilo que se observa etnograficamente no interior dos terreiros tende a emergir de forma semelhante nos registros das atividades empresariais.

No entanto, as discrepâncias são igualmente reveladoras e potencialmente ainda mais relevantes para a análise proposta. Embora lideranças religiosas frequentemente mencionem a diminuição da frequência de rituais de Umbanda nos terreiros gaúchos, o número reduzido de publicações referentes a essa modalidade pode tornar menos visível sua importância na manutenção da dinâmica espiritual e ritualística das casas. Nem todas as modalidades afrorreligiosas, tampouco todos os seres cultuados ou momentos rituais, se ajustam aos padrões de exposição e visibilidade comumente adotados pelas empresas de mídia. Mesmo

⁸ O uso de tradição como tradução da ideia de *fundamento* é frequente, porém de uso centrífugo, ou seja, voltado para os recém iniciados ou pessoas externas aos terreiros, uma vez que a ideia de *fundamento* carrega consigo não apenas uma ligação com o passado e a ideia de continuidade, mas também remete a processos de aprendizado e hierarquia que organizam a vida social dos terreiros e todos os seres que ali vivem (Carvalho, 2023). No universo da relação entre a produção de imagens e os fundamentos, deve-se ressaltar a dimensão do segredo ritual (Castillo, 2013), que também opera produzindo diferentes tipos de restrições.

que, em um determinado mês, o número de festividades de Umbanda e Quimbanda ocorridas em um terreiro seja equivalente, é provável que as produtoras sejam mais contratadas para registrar eventos de Quimbanda. A presença cotidiana da Umbanda assume, com frequência, um caráter mais reservado e menos orientado à exposição pública, o que impacta diretamente sua incidência nas publicações analisadas. Em suma, a circulação de imagens não é mero reflexo da vida ritual, é parte constitutiva de sua transformação contemporânea.

A articulação entre a análise das publicações e a pesquisa etnográfica permite, portanto, formular a noção de “evento fotografável”.⁹ A ausência de determinado tipo de ritual nos álbuns publicados pode indicar não sua irrelevância, mas a existência de critérios implícitos que definem o que deve — ou pode — tornar-se imagem. Nem tudo é considerado adequado à transformação em fotografia ou, ainda, à circulação em redes sociais. A produção de imagens obedece a limites cosmológicos, éticos e estéticos que delimitam o campo do visível e, além disso, os regimes de circulação e as derivações que as redes sociais podem produzir. Cabe considerar que a própria dinâmica entre o visível e o invisível, ou entre o que pode ser visto e o que é interdito, constitui um ponto central das relações sociais internas aos terreiros, definindo hierarquias, os próprios processos de aprendizado ritual e a relação entre todos os seres que ali habitam (Rabelo, 2015). Mais adiante aprofundaremos essa discussão, destacando o caráter relativo não apenas da noção de “evento fotografável”, mas também de “instagramável” e de “potencial expositivo”.

A análise das publicações também requer a diferenciação entre tipos rituais no interior de cada modalidade, dado que não são igualmente atrativos para atuação das produtoras. Por exemplo, as “giras de cacicamento” - momento em que médiuns ascendem à condição de sacerdote de Umbanda - tornaram-se mais propícias à contratação de cobertura de mídia do que outras giras de Umbanda, como as que são dedicadas aos pretos velhos.¹⁰ No caso da Quimbanda, festas identificadas como “anos de luz” ou “encontros de quimbandeiros” recebem maior atenção das empresas do que “sessões” ordinárias. A própria estrutura dos contratos evidencia, portanto, que há hierarquias internas de visibilidade, que não coincidem necessariamente com as hierarquias espirituais. Ainda nessa lógica,

⁹ Utilizamos uma expressão derivada do universo fotográfico em decorrência do tipo de material analisado: os álbuns de fotos. Além de não desconsiderarmos interações diversas a que essas imagens podem ser submetidas, como no caso das postagens em outras redes sociais acompanhadas de áudio.

¹⁰ Na Umbanda, os pretos velhos estão associados à figura de pessoas negras idosas, representando cuidado, sabedoria e orientação espiritual.

é possível afirmar que nem todos os rituais recebem o mesmo dispêndio financeiro com cobertura de mídia. Esse fator também contribui para explicar discrepâncias entre frequência ritual e número de contratos/publicações, podendo também ter relação com a cobrança de valores mais altos, como no caso do *Grande Axé*, e valores mais baixos, cobrados por produtoras menores.

Esses desafios teóricos e metodológicos nos conduzem a uma compreensão mais complexa da relação entre religião e mídia. Destaca-se que a análise quantitativa das publicações não pode ser dissociada da observação etnográfica dos rituais e das interpretações oferecidas por adeptos, lideranças, profissionais das produtoras e entidades. Somente ao cruzar esses níveis torna-se possível compreender como diferentes modalidades religiosas e diferentes entidades participam de regimes distintos de exposição. Neste ponto, é válido trazer a contribuição de Almeida (2010), ao falar da colaboração entre metodologias no campo dos estudos da religião, o que não necessariamente resulta em complementaridades, pois, por princípio, qualquer método revela certos aspectos e desconhece outros. Este autor ainda afirma que a articulação visa, por um lado, à convertibilidade das escalas e, por outro, à contraposição entre os dados quantitativos e os apreendidos na escala dos fenômenos, o que pode resultar em refutações, corroborações e mesmo ausência de complementaridade.

Também devemos considerar que a produção dos gráficos e dos dados utilizados como base das análises que são aqui apresentadas está sujeita à influência dos modos de funcionamento do newsfeed do Facebook, como mediador de interações. Isso quer dizer que, embora pareça sugerir neutralidade, a rede social atua na curadoria e moderação do que é mostrado, ainda que a ferramenta de busca permita a seleção precisa do ano, mês e dia das postagens. A plataforma não apenas organiza o conteúdo, também pode definir o que é relevante a ser mostrado ou ocultado, tema discutido por autores como Jurno & D'Andréa (2017), Araújo (2017), Bucher (2012; 2017; 2018; 2019), Gillespie (2014, 2018), e outros. Trabalhos como o de Jurno e D'Andréa (2017) tratam da (in)visibilidade algorítmica no newsfeed do Facebook, sugerindo operações de opacidade da rede social, pois alguns conteúdos aparecem enquanto outros podem ser ocultados. Opacidade, a propósito, tem sido uma noção de amplo trânsito entre os trabalhos que se debruçam sobre o uso do newsfeed do Facebook como ferramenta de pesquisa.

Os trabalhos de Taina Bucher (2012; 2017; 2018; 2019) são especialmente relevantes para o argumento aqui apresentado, pois nos indicam que o feed de notícias da rede social em questão não opera necessariamente como um arquivo, o que reforça a possibilidade de invisibilidade de certos conteúdos. Em

complemento, devemos considerar a existência de uma curadoria algorítmica contínua, que calcula e recalcula relevâncias, podendo alterar os níveis de opacidade em análises retrospectivas, como as que estão sendo propostas - análise dos anos de 2019 e 2023.

Por outro lado, insistimos na relevância do levantamento das publicações feitas pelas produtoras, apesar das limitações mencionadas. Como veremos, as coincidências entre os dados referentes a atuação de diferentes empresas, bem como entre estes e os calendários festivos e o cotidiano ritual dos terreiros gaúchos, identificados etnograficamente, parecem apontar para transformações em curso que não nos aparecem apenas por meio da análise das publicações no Facebook. Também podem ser identificadas por meio das entrevistas, no cotidiano ritual e na atuação das produtoras afro. Consideramos que a análise dos dados obtidos por meio da atuação das produtoras pode fornecer meios para o entendimento dessas transformações.

AS PRODUTORAS AFRO

Com exceção da empresa *Grande Axé*, a mais antiga ainda em atividade no Rio Grande do Sul, todas as demais empresas analisadas neste artigo surgiram entre 2013 e 2018. Esse dado evidencia o caráter recente da consolidação de um mercado específico de mídia voltado ao universo afrorreligioso. Um aspecto recorrente nesse circuito é a rápida criação de novas empresas, fenômeno que revela tanto a expansão do mercado quanto sua competitividade. Alberto Flores, criador da produtora *Grande Axé*, comentou em tom bem-humorado, durante entrevista concedida a Leonardo Almeida (Almeida, 2023), que “nessa meia hora que a gente tá conversando aqui, devem ter criado mais umas quatro”. A observação, embora anedótica, indica o ritmo acelerado de surgimento de produtoras e a percepção, por parte dos próprios agentes, de que se trata de um campo em constante transformação.

Esse dinamismo deve ser também compreendido à luz da fluidez das fronteiras entre Batuque, Umbanda e Quimbanda no contexto gaúcho. Giumbelli e Almeida (2021) destacam que essas modalidades não se apresentam como compartimentos estanques; ao contrário, influenciam-se mutuamente e compartilham praticantes, espaços e repertórios simbólicos. Essa porosidade favorece a circulação de linguagens visuais e de expectativas quanto à cobertura de mídia, contribuindo para a formação de um mercado que se alimenta da interpenetração entre modalidades rituais.

Entre as quatro empresas destacadas neste artigo, a *Grande Axé* foi a primeira a se estabelecer no chamado mercado batuqueiro. Trata-se da produtora mais antiga ainda em atividade no Rio Grande do Sul, frequentemente reconhecida como uma “escola” para outras empresas que posteriormente ingressaram no mercado. Sua trajetória é exemplar para compreender a constituição do campo das “produtoras afro”, processo que se intensificou a partir dos anos 2010. Criada em 2008, a empresa resultou da transformação de jornais impressos anteriores — *Hora Grande* (1996) e *Bom Axé* (2002) — em um empreendimento voltado prioritariamente à produção e circulação de imagens.

Foi a partir de março de 2009 que o *Grande Axé* deu um passo decisivo ao direcionar seus esforços para a cobertura fotográfica de eventos religiosos, com publicação inicial em site próprio. Posteriormente, a plataforma Facebook passou ser o principal meio de divulgação dos trabalhos, facilitando o acesso, o compartilhamento e a interação com clientes na mesma interface em que as imagens eram disponibilizadas. Atualmente, tanto o jornal impresso quanto o site encontram-se desativados, mantendo-se ativa apenas a produção de fotos, avisos e pôsteres de divulgação publicados na página oficial da empresa na rede social (Almeida, 2023).

As contratações para cobertura de festas, rituais e eventos religiosos ocorrem tanto por iniciativa de pais e mães de santo quanto por iniciativa da própria empresa, que acompanha atentamente o calendário festivo dos terreiros gaúchos e propõe parcerias. Após o evento, as imagens são editadas e publicadas em álbuns que comumente incluem a identificação da liderança religiosa, do terreiro e do ritual registrado, além de outras informações adicionais já mencionadas. O modelo de funcionamento consolidado pelo *Grande Axé* foi amplamente replicado por outras produtoras.

Entre 2019 e 2023, transformações foram observadas também entre as quatro empresas selecionadas para este estudo, o que implicou a necessidade de considerações adicionais acerca da reunião dos dados analisados. A *Kizomba*, por exemplo, foi vendida em novembro de 2022, o que alterou a relação dessa produtora com o mercado afrorreligioso. Sobre essas transformações, a nova gestão sinalizou, em conversa realizada em abril de 2026:

A *Kizomba* já foi muito voltada pra fotografia. Hoje não é uma coisa que a gente divulga tanto. O *Kizomba* hoje é muito mais voltado pra questão do podcast, e agora o *Heranças do Axé*, que a gente vai na casa do pai de santo. É como se fosse um documentário, a gente vai na casa do pai de santo. Então é mais pra isso, podcast, documentário, publicações na

página. Claro, a gente faz a fotografia, mas a gente não divulga tanto a fotografia, até porque hoje tem muita mídia.¹¹

Dado que a compra da *Kizomba* foi efetuada entre os dois períodos analisados, os anos de 2019 e 2023, somos levados a considerar o reposicionamento dessa produtora no mercado afrorreligioso. Essa mudança pode ter alterado o número de álbuns de fotografia publicados em sua página do Facebook, reforçando assim as distinções pelas quais as produtoras passam a ser reconhecidas no meio religioso: atuação voltada para a produção de podcasts, documentários e entrevistas. Apesar da mudança de foco anunciada, não foi possível observar, comparando os dois anos, uma expressiva diminuição no número de publicações: 308 publicações no ano de 2019 e 299 publicações no ano de 2023.

Também a empresa *Afro Mídia* sofreu alterações ao longo dos anos, sobretudo em sua constância e volume de contratos/publicações. Fernando de Xapana, em conversa ocorrida em abril de 2026, também afirmou que nem tudo que é fotografado é publicado, prática que se tornou mais frequente a partir de 2020. Tal fator também deve ser considerado na análise dos dados reunidos, tendo como principal efeito uma grande redução de publicações em 2023:

Eu, desde 2020, andei bem afastado, fui trabalhar em outro lugar, eu fui gerenciar um clube, e eu acabei me afastando, não encerrando, mas diminuindo muito minhas festas. E os meus clientes que ficaram, são clientes que não gostam de postar. Eu faço um bom número de festas, mas acabo não postando.

Nesse caso, houve uma expressiva redução no número de publicações identificadas: de 66 em 2019 para apenas 1 em 2023. Segundo Fernando de Xapana, tendo como base a análise dos registros dos contratos realizados pela empresa, a maior parte das coberturas fotográficas realizadas em 2023 não foram publicadas nas redes sociais, a pedido dos próprios contratantes.

Já Alberto Flores, em conversa realizada em abril de 2025, falou sobre a manutenção e ampliação das atividades fotográficas com o passar dos anos, marca distintiva de sua empresa. Em outro momento (Almeida, 2023), ao ressaltar o pioneirismo da *Grande Axé* na produção e publicação de fotografias, Alberto apresentou uma das mais importantes contribuições dessa produtora, o que nos permite compreender as formas de entrada dessas empresas no mercado afrorreligioso de mídia. Ele descreveu um princípio que orienta a produção das coberturas fotográficas e que foi amplamente incorporado por outras produtoras: as “fotos obrigatórias”, que não devem faltar a uma cobertura de mídia. No caso dos

¹¹ Entrevista concedida por Giovana Costa, em abril de 2026.

rituais de Batuque, por exemplo, incluem-se imagens do “quarto de santo”¹², da liderança religiosa com seu pai ou mãe de santo, dos *alabês* (tocadores de tambor), da família religiosa, de convidados, da decoração e de registros panorâmicos do espaço. Para Umbanda e Quimbanda, existem conjuntos igualmente específicos de imagens consideradas indispensáveis. Essas convenções, além de orientar o trabalho das produtoras, também compõem uma linguagem visual compartilhada no campo religioso.

Algumas dessas linguagens emergem do entrelaçamento entre práticas midiáticas e características próprias da iniciação religiosa. Almeida (2023) descreveu, por exemplo, como a impossibilidade de fotografar ou filmar os orixás, tabu amplamente reconhecido nos terreiros de Batuque, levou à prática da simulação da entrega ao iniciado dos axés - “axé de faca” (*obé*) e dos “axé de búzios” (*ifá*) – os requisitos necessários para jogar os búzios e conduzir sacrifícios animais, que ocorre com a presença dos orixás no salão, momento em que a produção de imagens é proibida. As produtoras passaram a registrar uma encenação prévia da entrega, realizada antes da chegada dos orixás. A produção da imagem atende, assim, à necessidade de preservar a memória de um momento crucial na trajetória religiosa do iniciado, ao mesmo tempo em que respeita as restrições.

Como afirmou Pai César de Xangô, criador da empresa *Império Mídia*, “hoje em dia, se tu não tem como comprovar que tu recebeu teus axés, as pessoas ficam com o pé atrás” (Almeida, 2023). Segundo Alberto Flores, desde o período dos jornais impressos a publicação das notícias de iniciações religiosas realizadas nos terreiros gaúchos funcionava como forma de confirmação pública da obrigação realizada, da filiação religiosa e do recebimento dos axés. A possibilidade de produzir uma prova sob a forma de imagem, além de responder a uma demanda pré-existente, também contribui para intensificar a necessidade de comprovação, pois passou a operar como dispositivo de validação. Não por acaso, a quase totalidade das empresas analisadas oferecem como “foto obrigatória” o registro da entrega dos axés, garantindo ao iniciado a documentação visual de sua trajetória, também como um tipo de “híbrido entre álbum fotográfico e diário” (Leistner e Mateus, 2021).¹³

¹² Espaço ritual, geralmente separado das demais áreas do terreiro por uma porta ou cortina, onde são guardados os objetos sagrados dos filhos-de-santo da casa.

¹³ Tradicionalmente a presença de outras lideranças religiosas durante as festas e as entregas de axé, além de realizar a manutenção das alianças entre as casas, também serviu como testemunho da legitimidade dos ritos ali realizados, uma vez que parte desses processos são envoltos de segredos, onde apenas os iniciados mais velhos ou pais e mães de santo podem apresentá-los. O registro de sua presença no espaço representa uma ampliação desta lógica. Neste sentido, a foto dos presentes e da simulação de tais momentos, não vêm substituir esta dinâmica, mas sim reforçá-la.

ENTIDADES, ORIXÁS E MÍDIA

Como mencionado, segundo as tradições do Batuque, os Orixás não podem ser filmados ou fotografados após sua chegada ao terreiro. Enquanto no Candomblé, como afirmou Sansi (2013, p.26), as interdições em torno da produção de imagens são comumente “explicadas de diferentes formas”, no caso do Batuque as explicações para essas interdições tendem a se direcionar para um mesmo ponto. Machado (2015) descreve que, se a pessoa vier a saber que foi ‘ocupada’ por seu orixá, poderá enlouquecer, diferentemente do *rodante* do Candomblé que cedo já sabe e se prepara para receber seu orixá e “virar no santo”.¹⁴ Trata-se de uma interdição já bastante documentada (Corrêa, 2006; Pólvora, 1995; Leistner e Mateus, 2021; Rechenberg, 2022) e que independe da produção de registros visuais, pois a pessoa não pode saber que foi ocupada pelo orixá, seja por meio de uma fotografia ou de um comentário feito durante uma conversa entre amigos. Dessa forma, qualquer registro feito no ambiente ritualístico do Batuque só pode ser realizado antes da chegada ou após a saída dos orixás, ou mediante o uso de estratégias e técnicas que garantam a produção de imagens no terreiro sem a exposição dos orixás. Desenvolve-se, assim, uma arte de explorar ângulos, técnicas e momentos capazes de capturar a intensidade ritual sem transgredir as proibições. Em síntese, as empresas passam a produzir novas experiências mediadas de não ver. Aos espectadores são sugeridas formas de apreciação das estratégias, das soluções técnicas e das expressões de criatividade mobilizadas para que a interdição seja preservada e experienciada.

Nesse mercado, surgem, assim, novas necessidades e aprendizados em torno do próprio não ver, dinâmica já observada no cotidiano ritual dos terreiros de Batuque, semelhante ao que mostra Rabelo (2015) no caso do Candomblé. No contexto das produtoras afro, tais processos são intensamente reeditados e atualizados, contribuindo para a produção de novas formas de culto aos Orixás. O ato de não ver passa a ser também uma importante forma de culto.

O caso do Batuque nos permite relativizar noções como “potencial expositivo”, evento “fotografável” ou “instagramável”. Orixás podem ter alto potencial expositivo ou serem intensamente “instagramáveis”, ainda que não sejam diretamente vistos em uma de suas formas, a possessão. No campo da arte, os trabalhos de Christo e Jeanne-Claude, por exemplo, nos oferecem um exercício reflexivo inicial, por meio de sua estética do *empacotamento*. Ao

¹⁴ Termos como *virar no santo*, *se ocupar*, *receber* e *rodar* referem-se ao ato de possessão. Termos como *rodante*, *médium* ou *cavalo-de-santo* referem-se a praticantes que são possuídos pelas entidades.

envolverem monumentos, como o Reichstag em Berlim, com grandes tecidos e cordas, esses artistas impedem que o objeto seja visto em detalhes. O objetivo da técnica reside numa estética do ocultamento, na qual o ato de esconder permite revelar. Uma vez coberto, são revelados volume, contornos e algumas texturas, como forma de transformar a percepção e sugerir experiências, retirando o objeto de seu “desaparecimento” cotidiano. Ao cobrir e, portanto, esconder o que as pessoas já não mais ‘viam’ ao passarem rotineiramente por espaços da cidade, o empacotamento força o observador a notar a escala, a presença e a forma daquele elemento novamente.

No universo afrorreligioso, os orixás e os vínculos que produzem passam a ser percebidos e tornam-se presentes, atuam em regimes de exposição, por meio das fotografias do bolo ricamente decorado, do *quarto de santo* aberto e iluminado, da entrega simulada dos axés. Os espectadores são convidados à imaginação e ao exercício da percepção, como tecidos que recobrem o orixá capazes de ressaltar profundidades, contornos e texturas. Por outro lado, os elementos citados, entre outros, podem revelar a presença dispersa dos próprios orixás, não se limitando a atuar apenas como tecidos que acobertam divindades. Em suma, ao afirmar que o orixá é pouco fotografável ou instagramável, que tem pouco potencial expositivo, ignora-se sua presença dispersa e suas múltiplas formas, o axé como potência e seus modos de singularização (Anjos, 2006), e as diferentes maneiras de vê-lo, indo além da ocupação do orixá pelo adepto.

Sobre essa proibição dos registros fotográficos após a chegada dos orixás, deve-se considerar também a importância da influência do Candomblé sobre as práticas do Batuque. Trata-se de um fenômeno que ganhou corpo a partir da década de 1990 e levou consideráveis mudanças neste culto afro-gaúcho, como o uso de *axós* mais suntuosos, por exemplo. Ao contrário do Batuque, no Candomblé não existe uma interdição da realização de imagens¹⁵ e tudo indica, considerando-se também outros fatores, que a aproximação entre os dois cultos também influenciou o desejo de um registro fotográfico mais amplo das festividades afro-gaúchas.

Segundo Pai Antônio de Ogum, de Guaíba/RS, a negociação para a realização de imagens durante as festividades cresceu à medida que seus filhos passaram a consumir materiais produzidos em terreiros de Candomblé. Isso o levou

¹⁵ A ausência desta interdição não significa que a exposição dos ritos religiosos nas mídias sociais seja um ponto pacífico no Candomblé. De fato, a publicação de fotos e vídeos causa controvérsia uma vez que o segredo constitui um elemento estruturante das relações sociais do povo-de-terreiro. Tal controvérsia também está presente nas religiões afro-gaúchas.

a estipular regras precisas para a realização dos registros no seu terreiro, respeitando as interdições. Ele acrescenta que muitos filhos-de-santo enviam fotografias de festas de Candomblé e lamentam não poder realizar o mesmo tipo de registro. Diz ele: “Eu pessoalmente não gosto que tirem fotos, mas entendo que eles queiram mostrar no Instagram ou mandar por WhatsApp para a família, os amigos. Aí a gente vê o que dá para fazer.”

Por outro lado, Mãe Carla de Oxum, do bairro Restinga, em Porto Alegre, busca uma explicação mais sociológica, associando esta interdição a uma estratégia de proteção da religião que remonta ao período da perseguição do Estado:

Acho que não teria nenhum problema em tirar fotos. Ninguém vai ficar louco, como dizem. Isso é coisa dos antigos que tinham que fazer tudo escondido. (...) No Candomblé não tem isso. Mas eles conseguiram ser aceitos muito antes que o Batuque.

De fato, uma das grandes diferenças entre estes dois cultos reside no nível de publicidade. Enquanto o Candomblé ocupou o espaço público ao ponto de tornar-se parte da identidade brasileira, o Batuque ainda hoje mantém uma presença discreta na sociedade rio-grandense, apesar da expressividade demográfica evidenciada pelos dados censitários. Paradoxalmente, e apesar dessas restrições no caso gaúcho, foram as festas de Batuque que renderam o maior número de publicações às produtoras nos anos analisados, 2019 e 2023, indicando que limites à visibilidade não impedem, e por vezes até reorganizam, a centralidade dessa modalidade no mercado de mídia afrorreligiosa.

Essas restrições evidenciam que não existe uma relação homogênea entre divindades/entidades e mídias: cada modalidade ritual e cada tipo de ser espiritual ou divindade estabelece regimes próprios de visibilidade e exposição. A Umbanda e a Quimbanda também apresentam especificidades.

De acordo com entrevistas concedidas em 2017 e 2018 por Alberto Flores, Rafael Luz e Fernando de Xapanã, criadores das produtoras *Grande Axé*, *Planeta África* e *Afro Mídia*, as entidades da Umbanda tradicionalmente não demonstravam interesse em ter suas imagens registradas (Almeida, 2023). Em contraste, os exus e pombagiras, cultuados na Quimbanda, seriam aqueles que mais se apropriaram das novas mídias. Como afirmou Alberto Flores, “o exu gosta de aparecer”. Essa formulação sintetiza uma percepção compartilhada entre fotógrafos e lideranças religiosas: enquanto algumas entidades mantêm certa reserva diante das câmeras, outras parecem buscar ativamente a exposição.

Ainda com base em Almeida (2023), e também em Giumbelli e Almeida (2021), Alberto relatou que, na Quimbanda, é comum fotografar o exu já incorporado, interagindo com visitantes, enquanto na Umbanda seria raro um caboclo

interromper sua atuação para posar diante da câmera. Rafael Luz expressou avaliação semelhante, afirmando que, se comparado ao santo, que sequer pode ser fotografado, e ao caboclo, que pouco reage à presença dos fotógrafos, o exu estaria “anos luz na frente” no que diz respeito à interação com as mídias. Segundo ele, pretos velhos, erês e outras entidades da Umbanda “não dão bola”, ao passo que o exu “interage até de foto”, chegando a solicitar o registro. Fernando de Xapanã sintetizou essa diferenciação ao afirmar: “Na nação tu não pode tirar [foto] dos santos. Na Umbanda tu já pode, mas eles já não gostam muito. Eles são meio antissociais. Na Quimbanda eles pedem pra tirar”.

No caso da Umbanda, mesmo quando não há proibição formal, a produção de imagens exige habilidades específicas por parte dos fotógrafos. Como explicou Fernando, as entidades não fazem pose e, muitas vezes, viram o corpo ou evitam o enquadramento direto. O fotógrafo precisa, portanto, tornar-se “invisível”, captando imagens não posadas e respeitando a dinâmica ritual. Os pretos velhos (linhagem de entidades) costumam ser considerados mais fáceis de fotografar, pois permanecem sentados por longos períodos e realizam movimentos lentos, sem reagir à presença das câmeras. Ainda assim, essa relativa estabilidade não implica necessariamente desejo de exposição. O regime imagético da Umbanda permanece marcado por certa moderação e por limites implícitos à espetacularização.

Em contraste, as entidades da Quimbanda desenvolveram uma relação distinta com as mídias. Entre exus e pombagiras, observa-se um regime de imagem caracterizado por uma postura ativamente expositiva. Trata-se de um “jeito de ser” que potencializa a visibilidade, conforme argumentado em Giumbelli e Almeida (2021). Exus não apenas aceitam ser fotografados; frequentemente produzem poses, avaliam as imagens, estabelecem vínculos com fotógrafos e direcionam os registros conforme seus interesses. Alguns chegam a conduzir os profissionais pelo espaço ritual, indicando ângulos e momentos que desejam ver capturados. Segundo adeptos, essa desenvoltura diante das câmeras é frequentemente interpretada como sinal de evolução espiritual.

É importante situar historicamente esse processo. A partir das décadas de 1970 e 1980, houve no Rio Grande do Sul um movimento de transformação na performance ritual dos exus e pombagiras, atribuído à evolução espiritual dessas entidades. Daniel de Bem (2012) descreve que, anteriormente, essas entidades eram representadas como indômitas, curvadas, arrastando-se pelo chão, emitindo grunhidos e consumindo bebidas despejadas no piso. Marc Gidal (2013) também destaca que esses espíritos, antes associados a posturas contorcidas e à ausência

de fala articulada, passaram a caminhar eretos, cantar, dançar e dialogar com fiéis. Esse processo culminou na consolidação da Quimbanda como ritual específico dedicado a essas entidades.

Com a ampliação de sua centralidade nos terreiros, exus e pombagiras passaram a receber “merecimentos”, como presentes que reconhecem seu trabalhos e sua evolução espiritual: vestimentas elaboradas, tronos, bengalas ornamentadas e, mais recentemente, coberturas de mídia. A incorporação das mídias não deve ser vista como causa exclusiva dessa transformação, mas como elemento que se articula a características já presentes nessas entidades, o que reforça a compreensão alargada de mídia e de tecnologia mencionada anteriormente, que articula antigas e novas práticas de medição. José Carlos dos Anjos (2016) propõe compreendê-las a partir da noção de “rostidade”, entendida como processo de extroversão da subjetividade. Diferentemente da tradição ocidental, que associa o rosto à interioridade, o ethos afro-brasileiro enfatizaria a exteriorização do que não possui fundo oculto. O Exu, nesse sentido, maximiza a ausência de interioridade escondida, expondo-se sem pudor. Essa característica encontra nas mídias um terreno fértil para novas formas de manifestação.

A pose constitui um dos modos privilegiados dessa exposição (Giumbelli e Almeida, 2021; Almeida, 2021), possibilitando que exus e pombagiras sejam reconhecidos por performatarem modos específicos de exibição diante das câmeras, cada entidade à sua maneira. Entre 2017 e 2018, quando foram realizadas algumas entrevistas, a pose era considerada característica distintiva dos exus em sua relação com as produtoras. Contudo, entre 2023 e 2026, fotógrafos e donos de empresas passaram a relatar mudanças no comportamento em uma das linhagens de entidades cultuadas na Umbanda, os caboclos. Segundo Felipe Paiva, da produtora *Donos da Noite*, nos últimos anos tornou-se possível ver essas entidades interagindo com as câmeras e produzindo suas próprias formas de exposição. Ainda que com pouca intensidade, os caboclos passaram a direcionar seus corpos e performances para os registros fotográficos, para câmeras e smartphones. Já em 2019, os caboclos figuravam como protagonistas na relação entre Umbanda e produtoras afro, conforme indicam os registros de publicações que serão apresentados a seguir.

PUBLICAÇÕES EM 2019 E 2023

Os dados relativos às publicações das quatro produtoras foram obtidos diretamente no feed de notícias do Facebook, a partir da análise dos álbuns publicados após a realização das coberturas fotográficas. Por meio da ferramenta de busca disponibilizada pela própria rede social, é possível selecionar publicações

por dia, mês e ano, o que permitiu a delimitação dos períodos analisados. Depois disso, as informações foram sistematizadas em planilhas e organizadas em gráficos, possibilitando visualizar padrões, recorrências e discrepâncias. As descrições elaboradas pelas empresas, presentes nos títulos dos álbuns, geralmente incluem: nome do pai ou mãe de santo, data do evento, endereço do terreiro, identificação do ritual (por exemplo, homenagem a Orixá¹⁶, cacicamento, gira festiva¹⁷, obrigação, entrega de axés¹⁸, aniversário de vasilha¹⁹, anos de luz de determinada entidade²⁰, entre outros). As descrições também costumam informar a autoria das fotografias.

Vejamos, inicialmente, a reunião dos dados de todas as empresas no ano de 2019. Quando observamos a distribuição mensal das festividades neste ano, entre os meses de janeiro e dezembro, percebemos que o gráfico resultante pode ser interpretado como expressão das diferentes intensidades que atravessam o calendário ritual dos terreiros gaúchos. Essas intensidades são atribuídas a entidades e divindades que atuam no mundo e produzem tempos cósmicos específicos, amplamente compartilhados entre os terreiros, e repercutem diretamente na demanda por serviços (Anjos, 2006). Nesse sentido, o mês de agosto, por exemplo, mobiliza não apenas a produção de coberturas de mídia, mas também de *axós* (vestuário religioso), tambores, imagens de gesso e bolos ricamente decorados, que trazem características próprias do universo dos exus e pombagiras - a expressividade da Quimbanda pode ser observada nos gráficos apresentados a seguir (Gráfico 1 e Gráfico 2). Assim, as postagens das produtoras não refletem apenas decisões individuais de lideranças religiosas ou dinâmicas rituais específicas de cada terreiro, mas também a articulação entre ciclos rituais e expectativas coletivas.

¹⁶ Festas específicas para cada um dos 12 Orixás cultuados.

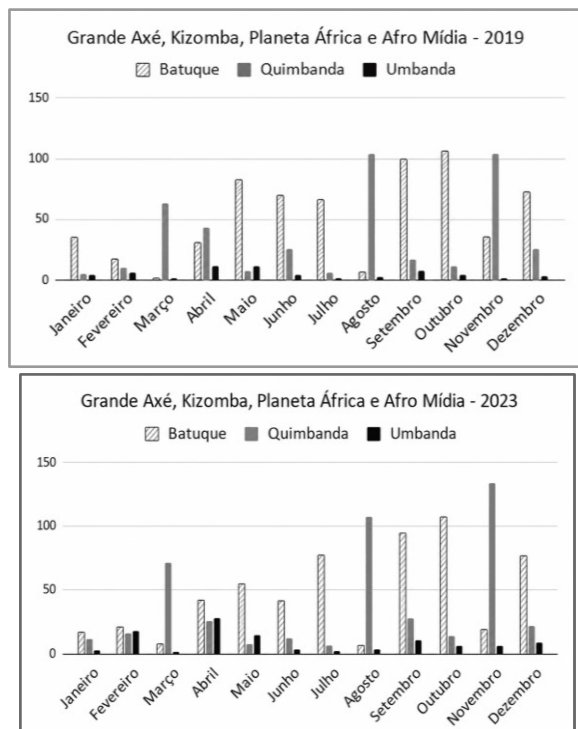
¹⁷ Embora os cultos públicos de Umbanda (giras) ocorram semanalmente na maioria das casas, tendo como foco principal o atendimento pelas entidades, em algumas ocasiões assumem o caráter de festividade.

¹⁸ Festividades onde, após cumpridos os ritos específicos, é entregue para um filho de santo a autorização para realizar determinadas práticas.

¹⁹ Festividade semelhante a um aniversário que comemora o tempo de relação de um orixá com seu filho de santo. O termo vasilha faz referência aos objetos rituais utilizados para “assentar” o orixá, dentre eles, ferramentas, pedras (*okutá*) e um conjunto de louças.

²⁰ Cerimônia própria da Umbanda que, assim como um aniversário, comemora o tempo em que uma entidade passou a trabalhar através de seu filho de santo. Faz referência à ideia de que a entidade evolui para a luz ao começar a trabalhar através de seu médium. Isso pode ser lido como um ato de caridade, um valor central nos cultos de Umbanda.

GRÁFICO 1 E 2 - NÚMERO DE PUBLICAÇÕES POR MÊS NOS ANOS DE 2019 E 2023
SEGUNDO MODALIDADE AFORRELIGIOSA



Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados do Facebook

A diferença no número de publicações de cada uma das produtoras ao longo do ano nos ajuda a distinguir posições ocupadas por essas empresas no mercado religioso. No ano de 2019 foram identificadas 1144 publicações, distribuídas da seguinte forma: *Grande Axé* - 644; *Kizomba* - 308; *Planeta África* - 126; *Afro Mídia* - 66. Em 2023, por seu turno, foram identificadas 1182 publicações, tendo a empresa *Grande Axé* registrado 391 publicações a mais em relação à *Kizomba*, empresa com o segundo maior número de publicações.²¹ Esses dados evidenciam a centralidade do *Grande Axé* no mercado religioso. Mas é indispensável destacar que, em diversas ocasiões, a contratação de outras produtoras ocorre de maneira complementar, especialmente em festividades de maior porte,

²¹ É importante destacar que, em ambos os anos, o número total de publicações não corresponde à soma dos eventos de Batuque, Quimbanda e Umbanda identificados, dada a existência de eventos de difícil classificação, como as festas de Iemanjá, pois podem ter sido realizadas pelo lado da Umbanda ou do Batuque, e de outros que também não foram aqui incluídos no quadro geral, como as festas de Candomblé.

o que sugere não apenas concorrência, mas também coexistência estratégica no interior do campo. Soma-se a isso o fato de as empresas serem conhecidas no meio batuqueiro por ofertarem diferentes serviços ou utilizarem diferentes técnicas e estratégias de produção de conteúdo, a exemplo do relato apresentado no início deste texto. Desse modo, a atuação de duas ou três empresas em um mesmo evento pode ter relação com seus diferentes modos de atuação nas redes sociais. Pais e mães de santo costumam, por exemplo, contratar o *Grande Axé* para o registro fotográfico de um Batuque, enquanto a empresa *Kizomba* é convidada a produzir entrevistas, *lives* ou documentários sobre o evento. Isso nos leva a considerar que, uma vez que os dados aqui reunidos dizem respeito apenas ao universo fotográfico, especificamente dos álbuns publicados, é possível que a atuação de algumas empresas esteja aqui subnotificada, dada a ausência de registros de outras modalidades de produção de conteúdo digital.

Os dados também indicam que os eventos de Batuque concentram maior número de publicações ao longo dos anos de 2019 e 2023 (2019: Batuque - 630, Quimbanda - 424, Umbanda - 58 / 2023: Batuque - 537, Quimbanda - 466, Umbanda - 122), reforçando a expressividade já mencionada, apesar das interdições para o registro fotográfico do orixá. Observa-se também uma expressiva quantidade de publicações relacionadas ao Batuque nos meses de janeiro e dezembro, períodos que marcam a abertura e o encerramento do ano. Em janeiro de 2019, por exemplo, destacaram-se as homenagens a Xangô, Orixá regente daquele ano. Já em dezembro, tornaram-se frequentes os Batuques de “Entrega de ano ao Orixá Xapanã” e de “agradecimento a Pai Xangô”, indicando a transição para o novo ciclo regido por Xapanã em 2020.²² Esses rituais de passagem anual reforçam a centralidade do Batuque na estruturação do calendário festivo e na organização simbólica do tempo religioso, sobretudo quanto aos processos de abertura e fechamento, compondo um cenário de intensa atividade ritual e, consequentemente, de elevada demanda por registros fotográficos e sua posterior publicação.

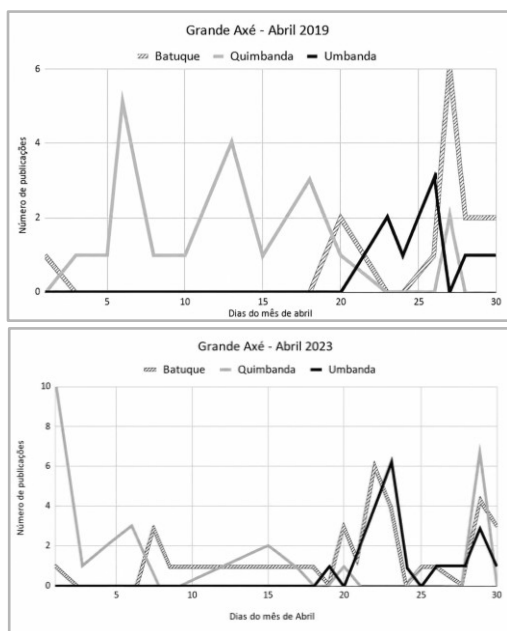
No que se refere à Quimbanda, os meses de março, agosto e novembro apresentam destaque consistente nos dois anos analisados - e abril de 2019, em razão do período da Quaresma.²³ Alberto Flores, em conversa realizada em 2025, referiu-se ao mês de março como “exuresma”, em alusão à “coincidência” entre

²² Assim como em outras religiões afro-brasileiras, nos cultos afro-gaúchos, cada ano é regido por um orixá diferente, o que imprime características próprias desta divindade naquele período. Assim, 2020, ano em que começou a pandemia de Covid-19, foi regido por Xapanã, o orixá associado à doença e à cura.

²³ A centralidade das publicações referentes aos eventos de Quimbanda no mês de abril dependem do período da Quaresma de cada ano.

o período da Quaresma e o aumento significativo de festas dedicadas aos exus. Tradicionalmente associado ao descanso dos orixás, esse período torna-se especialmente propício às atividades da Quimbanda.²⁴ Nesse aspecto, tomemos como referência os dados do *Grande Axé* nos meses de abril de 2019 e abril de 2023 (Gráfico 3 e Gráfico 4), pois nos permitem identificar algumas transições:

GRÁFICO 3 E 4 - PUBLICAÇÕES DA PRODUTORA *GRANDE AXÉ* - ABRIL DE 2019 E 2023 SEGUNDO A MODALIDADE AFORRELIGIOSA.



Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados do Facebook.

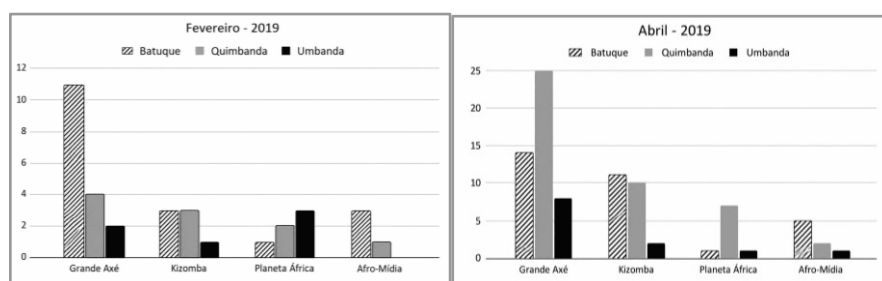
É possível observar passagens entre diferentes períodos rituais: da diminuição ou total retração de eventos de Batuque e Umbanda, acompanhada de um crescimento dos eventos de Quimbanda a uma diminuição dos eventos de Quimbanda, com o fim da Quaresma, e crescimento de eventos de Batuque e Umbanda à medida que se aproxima o dia 23 de abril, dia tradicionalmente marcado pelos festejos de São Jorge/Ogum. Ressalta-se que, em 2019, o período de Quaresma ocorreu entre 6 de março e 17 de abril, enquanto que em 2023 - entre 22 de feve-

²⁴ Um dos efeitos da acomodação religiosa é a pausa nas atividades dos terreiros no período de Quaresma, o que pode refletir também o duplo pertencimento de muitos afrorreligiosos que seguem os ritos católicos. No Candomblé este momento é chamado de Lorogun, e trata-se de um momento de recolhimento e reflexão (Beniste, 2010).

reiro e 06 de abril. Observa-se a diminuição das festas de Quimbanda a partir do dia 06 de abril de 2023, movimento que ocorreu mais tardiamente em 2019, a partir de 17 de abril. A Umbanda permanece em total retração, acompanhada de uma presença modesta do Batuque, até o dia 23 de abril, quando observamos o crescimento do número de publicações referentes às festividades de ambas as modalidades rituais e a diminuição das publicações referentes às festividades de Quimbanda.

Os meses de maio, junho, julho, setembro e outubro concentram maior número de festas de Batuque, apresentando diferenças acentuadas em relação à Quimbanda, padrão que se repete em 2019 e 2023. Já os meses de fevereiro e abril não evidenciam padrões tão definidos, se comparados aos outros meses do ano, mantendo variações entre as empresas nos dois anos analisados. Tomemos como referência novamente o ano de 2019, momento que antecede a redução das atividades ou mudança de foco na atuação de algumas das empresas analisadas, como destacado anteriormente. Em fevereiro deste ano a empresa *Planeta África* registrou o maior número de publicações de rituais de Umbanda, enquanto *Grande Axé* e *Afro Mídia* se destacaram nas festas de Batuque. A empresa *Kizomba*, por sua vez, apresentou números semelhantes de publicações referentes aos eventos de Batuque e Quimbanda. Situação semelhante pode ser observada em abril de 2019, quando a distribuição de publicações revela ênfases distintas conforme a empresa, demonstrando que fatores internos ao mercado também podem interferir na configuração dos dados (Gráfico 5 e Gráfico 6).

GRÁFICOS 5 E 6 - COMPARAÇÃO ENTRE POSTAGENS DE FACEBOOK PUBLICADAS EM FEVEREIRO E EM ABRIL DE 2019 SEGUNDO AS MODALIDADES AFORRELIGIOSAS.



Fonte: Elaborado pelos autores a partir de dados do Facebook.

Essa diversidade sugere que a ênfase em uma dada modalidade pode estar relacionada não apenas ao calendário ritual, mas também às especializações e vínculos produzidos pelas produtoras com sua clientela. Em meses sem festivi-

dades hegemônicas no calendário festivo dos terreiros gaúchos, como no mês de abril, as diferenças tornam-se mais visíveis. Ao acompanharmos os circuitos de atuação dessas empresas, é possível perceber que esses distintos padrões podem ser explicados pelas relações duradouras estabelecidas com determinados terreiros e pelos vínculos iniciáticos e espirituais construídos com as diferentes modalidades rituais.

Grande Axé e *Planeta África* concentram o maior número de publicações de Quimbanda, superando as publicações de Batuque, fato que pode ser explicado tanto por vínculos específicos entre as equipes das empresas e determinados terreiros ou modalidades rituais, quanto também pelo contexto da região em que atuam. Segundo a opinião de Rafael Luz, fundador da *Planeta África*, em entrevista realizada em novembro de 2025, no nordeste do estado, principal área de atuação da produtora, predominaria o culto de Quimbanda, motivo pelo qual este seria seu maior público. Essa variação indica que as produtoras não mantêm relações homogêneas com o campo religioso; ao contrário, estabelecem afinidades diferenciadas, muitas vezes relacionadas a trajetórias iniciáticas, redes de sociabilidade, posicionamentos estratégicos no mercado e demandas regionais.

O mês de novembro, por sua vez, inclui o feriado de Finados, momento que, na tradição católica, é dedicado aos mortos - categoria que mantém afinidade com o universo dos Exus e Pombagiras, também expressa pelo culto às almas. É também em novembro que comumente ocorrem as atividades de encerramento anual da Quimbanda, precedendo os encerramentos do Batuque, que, como já observado, ocorrem no mês seguinte. Agosto e novembro registram as maiores diferenças numéricas entre publicações de Quimbanda e de Batuque, indicando concentração expressiva de festas voltadas a exus e pombagiras nesses períodos.

No caso específico da Umbanda, os dados indicam que festas de São Jorge/Ogum e “giras” de “cacicamento” concentram o maior número de publicações em 2019 e 2023. Esses eventos parecem constituir os momentos mais “fotografáveis” - e “midiatizáveis” - da modalidade, atraindo maiores conexões entre o cotidiano ritual dos terreiros e a atuação das produtoras. Dos 58 eventos de Umbanda registrados em 2019, por exemplo, 25 referem-se ao universo dos caboclos, confirmando seu protagonismo na relação com as produtoras. As cerimônias de “cacicamento” destacam-se como os eventos de afinidade em relação às redes sociais, seguidas por homenagens aos caboclos e referências a Ogum Megê nos festejos de São Jorge/Ogum, tradicionalmente realizados em abril. Se tomarmos como referência os dados de 2023, o número de cacicamentos publicados pelo *Grande Axé*, empresa mais atuante naquele ano, permanece em destaque.

O ano de 2023 não apenas confirma o protagonismo dos caboclos, algo que já vinha sendo observado desde 2019, mas também evidencia um dos pontos iniciais de uma transformação na performance dessas entidades. Fernando, da *Afro Mídia*, comentou, em conversa ocorrida em março de 2026, sobre as transformações recentes, mas destacou que essas inovações na atuação dos caboclos não podem ser comparadas aos modos de atuação dos exus e pombagiras, que são muito mais evidentes e amplamente observáveis nos terreiros gaúchos:

“Eu notei uma atualização dos caboclos na Umbanda. Alguns, seriam alguns, que estão posando, param pra [tirar] fotos. Em alguns lugares isso é evolução, nos olhos de outros é modismo. Mas a gente, que é das mídias, a gente tá aqui só pra fazer vídeos.”

Ao falar sobre sua percepção acerca das mudanças na performance dos caboclos, Fernando dá destaque às poses, prática que até poucos anos era tida como característica distintiva apenas de exus e pombagiras. No atual cenário, as poses passam a constituir elemento de distinção também no seio do universo umbandista. Marlise, fotógrafa do *Grande Axé*, também em 2026, nos apresentou sua compreensão sobre mudanças no universo dos caboclos, situando-as na chave da evolução, embora enfatizando mais a ideia de mudança e transformação no campo religioso do que propriamente a de evolução espiritual: “essa evolução tem acontecido e na minha opinião eu não acredito que sejam benéficas. Mas... Fazer o que? As evoluções infelizmente são necessárias”. Tal mudança é corroborada por Rafael, da *Planeta África*, em conversa ocorrida em novembro de 2025. Segundo ele, os Caboclos de fato estão mais receptivos à fotografia, chegando a posar. Mas destaca: “Não gosto disso, porque tira a espontaneidade da cena. Mas eu tenho notado essa diferença”. Giovana, pessoa responsável pela edição das fotografias da *Kizomba*, afirmou, em 2026, que “ainda tem casas que o caboclo não tira foto com ninguém, eles ficam com o cabelo na cara pra não mostrar o rosto, se esquivam de fotos. Eu não vou muito fotografar Umbanda, mas eu já editei fotos da *Kizomba*, eu que edito todas, eu já editei fotos que o caboclo posou para foto, tirou foto com as pessoas, posando.”

Somos levados a questionar, portanto, se as mudanças recentes na atuação dos caboclos representam a continuidade de um movimento que já estava em curso desde 2019, ampliando a participação dessas entidades nos regimes contemporâneos de visibilidade e exposição. Parece-nos relevante destacar a interação entre os vetores que atuam nessas transformações, no sentido de pôr sob suspeita explicações de mão única, como: a evolução dos caboclos e mudanças em sua performance são resultado de sua exposição nas redes sociais ou, dito de outro modo, as transformações na performance teriam sido efeito da intensificação dos

regimes de exposição gestados desde 2019. Uma forma de sugerir a existência de vetores de sentidos diversos e suas interações pode ser indicada pelo destaque dado aos ‘cacicamentos’ nos últimos anos, no contexto da Umbanda gaúcha.

Segundo Cacique Eduardo do Sete Flechas, liderança religiosa residente na cidade de Alvorada, o cacicamento pode ser definido da seguinte forma:

O cacique é uma designação que se dá ao diretor espiritual, ao dirigente de Umbanda, aquele filho de fê que cumpriu todos os seus preceitos, seus cruzamentos, seus *amacis*, enfim, todas as etapas iniciáticas, até o momento de ser autorizado a abrir sua terreira, sua seara.²⁵

Dois pontos nos parecem indispensáveis à análise aqui proposta: primeiro, o cacicamento, que confere ao médium um novo status, o de cacique de Umbanda, e é apresentado como um meio para o sacerdócio; segundo, o protagonismo do universo dos caboclos nesse processo, em comparação às demais linhagens de entidades cultuadas na Umbanda. Anjos (2006, p.34) afirma que Umbanda apresenta um outro modelo, em comparação ao Batuque, que não a família de santo: trata-se da tribo indígena, na qual o pai de santo é conhecido como “cacique”. Segundo o autor, a família de santo (da linha da nação) se desterritorializa sobre a tribo indígena.

Pai Leandro de Oxalá, que teve o cacicamento de seus filhos de santo registrado pelo *Grande Axé* em 25 de julho de 2023, na cidade de Canoas (RS), falou sobre o protagonismo dos caboclos na concretização do cacicamento, em entrevista realizada em abril de 2026:

Toda pessoa pra ter uma casa de Umbanda tem que ser cacique de Umbanda. O cruzamento é o que te dá a liberação pra fazer todas as práticas da Umbanda. Tem toda uma caminhada, tem que acompanhar o pai de santo ou a mãe de santo, que é teu cacique de Umbanda. E ele vai te dando os axés necessários. Uma vez por ano a gente faz uma corrente de Umbanda na cachoeira. Todos os filhos que acompanharam essa sessão na Umbanda vão fazer um “cruzamento de cachoeira”. Depois vão fazer o cruzamento de água doce, na lagoa, depois do cruzamento de mar. Quem faz isso no caso sou eu incorporado com a minha entidade, é um caboclo. No meu caso, é o Ogum de Malê.

Como acontece na Umbanda esse protagonismo do caboclo, e não de outra entidade, como preto velho ou criança?

A linha do preto velho, a linha do cosme, que é a linha das crianças, estão coligados à Umbanda, digamos que é uma linha só. Que nem eu aqui... Eu trabalho com Ogum de Malê, o cacique dessa casa é Ogum de Malê, pela linha da Umbanda, mas eu trabalho com o Preto Velho Pai Miguel. Mas o cacique é Ogum de Malê, ele que vai dar todos os *aprontes* possíveis. Mas a gente tem a prática do preto velho, tem prática na linha das crianças, mas isso tudo está coligado a uma religiosidade só.

²⁵ Entrevista concedida ao canal do YouTube Templo Espiritualista Aruanda, em 2024. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=XC2ZW4xcT3o>

O que queremos destacar é que o universo dos caboclos aponta para as porosidades das fronteiras que o define como linhagem espiritual, pois essas entidades são meio de constituição do sacerdócio na Umbanda (cacique de Umbanda), como linha de frente na prática umbandista mais ampla. Esse parece ser um fator determinante no protagonismo e papel de mediação dessas entidades na relação da Umbanda com as produtoras afro.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise das publicações das quatro empresas selecionadas nos permite compreender o calendário festivo do Rio Grande do Sul como resultado da interação entre ciclos espirituais e rituais, estratégias empresariais e diferentes regimes de visibilidade e de mediação. Os dados nos ajudam a evidenciar como determinadas modalidades e entidades/divindades se tornam mais ou menos propícias à exposição nas redes sociais, sem que isso represente espelhamentos exatos da atividade ritual vivenciada nos terreiros. Batuque e Quimbanda figuram como as modalidades mais mobilizadoras de publicações, enquanto a Umbanda, embora presente, apresenta menor incidência, o que não deve ser confundido com menor relevância ritual. A análise das publicações de 2019 e 2023 mostrou que, embora o Batuque e a Quimbanda concentrem a maior parte das publicações, a Umbanda, apesar de menos fotografada e publicada, realiza eventos de expressivo potencial midiático, como os rituais de “cacicamento”, as homenagens a São Jorge/Ogum e rituais destinados aos caboclos.

Os dados também reforçam a importância da noção de “fotografabilidade”: nem todos os rituais ou entidades/divindades prestam a tornar-se imagens, e a escolha do que registrar está diretamente relacionada a regimes de visibilidade e demandas específicas de adeptos, terreiros e também das próprias entidades. Por outro lado, os eventos de Batuque apontam para a necessidade de relativização dessa noção, bem como de outras, como “instagramável” ou “potencial positivo”, pois, como vimos, formas de ocultamento também podem revelar, sobretudo se considerarmos a natureza dispersa dos orixás - e do axé - capazes de assumir diferentes formas e distintas maneiras de operar presenças.

Algumas produtoras ocupam lugar de destaque no mercado, dada sua capacidade de atrair maior clientela, fato que é acompanhado por regimes de complementaridade entre empresas: ofertam, cada uma ao seu modo, diferentes serviços e se utilizam de diferentes técnicas e estratégias de produção de conteúdo para as redes sociais. Em suma, a contratação de diferentes produtoras pode ocor-

rer de maneira complementar, o que sugere não apenas concorrência, mas também coexistência estratégica no interior do campo.

Observa-se também que, embora os exus e pombagiras apresentem historicamente maior predisposição à exposição midiática, os caboclos vêm, nos últimos anos, assumindo papéis mais ativos diante das câmeras, sinalizando mudanças na performance ritual e, para alguns, processos de evolução espiritual ligados à presença midiática. Esse protagonismo dos caboclos também nos leva a questionar explicações que considerem vetores de sentido único. Desse modo, afirmar que o surgimento das poses usadas por essas entidades é apenas efeito da exposição produzida pelas produtoras ignora o protagonismo adquirido por essas entidades no universo umbandista mais amplo, como no caso dos cacicamentos.

Esperamos ter aberto diferentes rotas de pesquisa e apresentado questões que apontam para a expressividade do mercado das produtoras afro no Rio Grande do Sul. Os dados quantitativos, articulados ao trabalho etnográfico, indicam que a produção de imagens e sua circulação nas redes sociais, bem como a atuação das produtoras, são fatores constitutivos das transformações contemporâneas do campo afro-gaúcho.

REFERÊNCIAS

- Almeida, L. O. (2021). A presença dos exus: mídia, presença e evolução espiritual no Sul do Brasil. In R. Castro Menezes & R. Toniol (Eds.), *Religião e materialidades: novos horizontes empíricos e desafios teóricos*. (pp. 213-236). Papéis Selvagens Edições.
- Almeida, L. O. (2023). *Tambores de todas as cores: mídias e práticas de mediação religiosa afro-gaúchas*. Papéis Selvagens.
- Almeida, R. (2010). Religião em transição. In C. B. Martins & L. F. D. Duarte (Eds.), *Horizontes das ciências sociais no Brasil: antropologia* (pp. 367-405). ANPOCS.
- Anjos, J. C. (2006). *No território da linha cruzada: a cosmopolítica afro-brasileira*. Editora da UFRGS/Fundação Cultural Palmares.
- Araújo, W. F. (2017). *As narrativas sobre os algoritmos do Facebook: uma análise dos 10 anos do feed de notícias* [Tese de Doutorado, Universidade Federal do Rio Grande do Sul].
- Bem, D. F. de (2012). *Tecendo o axé: uma abordagem sobre a atual transnacionalização afro-religiosa para os países do Cone Sul* [Tese de Doutorado em Antropologia Social, PPGAS/UFRGS].
- Beniste, J. (2010). *Orun Aiyé: O encontro de dois mundos. O sistema de relacionamento nagô-yorubá entre o céu e a Terra*. Bertrand Brasil.

- Bucher, T. (2012). Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook. *New media & society*, 14(7), 1164-1180.
- Bucher, T. (2017) O imaginário algorítmico: explorando os efeitos comuns dos algoritmos do Facebook. *Information, Communication & Society*, 20(1), 30-44.
- Bucher, T. (2018) *If... then: Algorithmic power and politics*. Oxford University Press.
- Bucher, T. (2019) The algorithmic imaginary: Exploring the ordinary affects of Facebook algorithms. In D. Beer (Ed.), *The social power of algorithms* (30-44). Routledge.
- Carvalho, E. (2023) *Na Encruzilhada do Mundo: Colonialidade e poder na capoeira de Porto Alegre e Buenos Aires*. [Tese de Doutorado em Antropologia Social, PPGAS/UFRGS].
- Carvalho, E. (2025). *Mapeando os terreiros gaúchos. Um olhar sobre os censos e mapeamentos de casas de religiões de matrizes africanas no Rio Grande do Sul. Plataforma Religião e Poder*. ISER - Instituto de Estudos da Religião. Disponível em: <https://religioepoder.org.br/artigo/mapeando-os-terreiros-gauchos>
- Castillo, L. E. (2013). A fotografia e seus usos no candomblé da Bahia. Pontos de Interrogação - Revista de Crítica Cultural, 3(2), 43-71.
- Corrêa, N. (2006). *O batuque no Rio Grande do Sul: Antropologia de uma religião afro-Rio-Grandense*. Cultura & Arte.
- Frigerio, A. (2013). A transnacionalização como fluxo religioso na fronteira e como campo social: Umbanda e Batuque na Argentina. *Debates do NER*, 15-60.
- Gidal, M. M. (2013). Musical and Spiritual Innovation, Participation, and Control in Umbanda and Quimbanda Religions of Brazil. *Ethnomusicology Forum*, 22(2), 232-253.
- Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms. In T. Gillespie, P. J. Boczkowski & K. A. Foot (Eds.), *Media technologies: Essays on communication, materiality, and society* (pp. 167-195). The MIT Press.
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press.
- Giumbelli, E. A.; Almeida, L. O. (2021) O enigma da quimbanda: formas de existência e de exposição de uma modalidade religiosa afro-brasileira no Rio Grande do Sul. *Revista de Antropologia*, 64(2), e186652.
- Giumbelli, E.; Almeida, L. O.; Toniol, R. (Eds.) (2023). *Os sentidos da religião*. Papeis Selvagens.
- Jurno, A. C.; D'Andrea, C. F. (2017). (In)visibilidade algorítmica no "feed de notícias" do Facebook. *Contemporanea: Revista de Comunicação e Cultura*, 15(2), 463-484.
- Leistner, R. M.; Mateus, S. G. (2021). Fotografias afrorreligiosas no Facebook: novos suportes imagéticos, hábitos tradicionais. *Projeto História: Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados de História*, 70, 150-174.

- Machado, C. F. (2015). Lugares e objetos de memória no batuque gaúcho. *Religião & Sociedade*, 35, 107-120.
- Meyer, B. (2011). Mediation and Immediacy: sensational forms, semiotic ideologies and the question of the medium. *Social Anthropology*, 19(1), 23-39.
- Meyer, B. (2012). *Mediation and the genesis of presence. Towards a material approach to religion*. Universidade de Utrecht.
- Meyer, B. (2015). Medium. *Material Religion*, 7(1), 58-65.
- Morgan, D. (Ed.) (2008). *Key Words in Religion, Media and Culture*. Routledge.
- Morgan, D. (2011). *Mediation or mediatisation: The history of media in the study of religion*. *Culture and Religion*, 12(2), 137-152.
- Morgan, D. (2013). Religion and Media: A Critical Review of Recent Developments. *Critical Research on Religion*, 1(3), 347-356.
- Oro, A. P. (2012). O atual campo afro-religioso gaúcho. *Civitas*, PUC/RS, v. 12, n. 3, 556-565.
- Oro, A. P. (2014). *As religiões afro-riograndenses na visão de dez agentes religiosos que já partiram*. *Revista Pós Ciências Sociais*, 11, 85-103.
- Pólvora, J. B. (1995). A experiência de antropologia visual em uma casa de batuque em Porto Alegre. *Horizontes Antropológicos*, 1(2), 129-140.
- Rabelo, M. (2015). Aprender a ver no candomblé. *Horizontes Antropológicos*, 21, 229-251.
- Rechenberg, F. (2022). O que a fotografia revela?: ética, imagem e memória em contextos afro-religiosos. *GIS: gesto, imagem e som*, 7(1), e185835.
- Sansi R. (2013). Encountering images in Candomblé. *Visual Anthropology*, 26(1), 18-33.
- Stolow, J. (2005). Religion and/as Media. *Theory, Culture & Society*, 22(4), 119-145.
- Stolow, J. (2013). *Deus in Machina: Religion, Technology, and the Things in Between*. Fordham University Press.