A espetacularização de Exú do online ao metrô: uma análise sobre a comunicação do ativista social Álex Solaris[1]

Elaine Barcellos de Araújo[2]
Universidade Estadual de Ponta Grossa - UEPG

Resumo
Este trabalho apresenta uma breve análise sobre a comunicação do ativista social e midiático Álex Solarios. A proposta é verificar como ele utiliza o seu perfil no Instagram para desdemonizar e desmistificar a entidade Exú da Umbanda. Com base em estudos sobre a espetacularização, e de elementos da comunicação popular de Luiz Beltrão, vamos destacar como o ativista midiático combate o racismo religioso, estabelecendo presença no online e em espaço público, como o metrô de São Paulo.

Palavras-chave: Ativismo midiático; Comunicação popular; Espetacularização; Instagram; Racismo religioso.

A palavra de Exú

Ele está nas ruas de São Paulo, nos pontos de ônibus e no metrô: "Você tem um minutinho para ouvir a palavra de Exú?" Esta é a pergunta que Álex Solários[3] mais utiliza em seu perfil no Instagram. O jovem negro de 21 anos, que se identifica como umbandista, aborda pessoas em espaços públicos da capital paulista com o objetivo de "desdemonizar" Exú, entidade da Umbanda que tem a missão espiritual de nos proteger e de zelar de espaços, como nossas casas, templos, cemitérios, onde o sagrado e o profano se cruzam. Ao acompanhar o perfil de Solários no Instagram, percebo que também busca desmistificar a Umbanda, religião brasileira que sincretiza elementos de matriz indígena, africana e da Igreja Católica. Álex faz da sua fé, e da sua presença online, ferramentas de luta contra o racismo religioso. Ele utiliza das suas redes interpessoais e midiáticas (além de o Instagram, o ativista também tem um perfil no TikTok[4]) para defender sua crença, estabelecendo uma comunicação popular com sua audiência, que também se identifica com o conteúdo disponibilizado na plataforma e realiza um sistema de trocas culturais que influencia tanto os meios de comunicação

[1] Trabalho apresentado no GP Comunicação Antirracista e Pensamento Afrodiaspórico do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.
[2] Jornalista, mestranda do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa. Bolsista Carrefour. E-mail: elaine.barcellos@gmail.com.
[3] Conheça o perfil de Álex Solarios no Instagram: www.instagram.com/solarioos/ Acesso em 21 abr. 25.
[4] Perfil de Álex Solarios no TikTok: https://www.tiktok.com/@solarioos Acesso em 10 jul. 25.

hegemônicos, quanto às práticas sociais; o que Osvaldo Meira Trigueiro conceitua como ativismo folkmidiático (2008).

Figura 1 - "Salve a malandragem que sempre me protege": publicação no Instagram de 2 de março de 2025.

Mais de 300 mil seguidores, registrado no "feed" (https://www.instagram.com/p/DK74yd7Rqfi/) em 15 de junho de 2025), essa é audiência do ativista folkmidiático que consome informações combativas ao racismo religioso de forma espetacularizada, que se tornam fenômenos de cultura da mídia digital. Solarioos constrói sua popularidade defendendo sua fé, expondo na figura de Exú, o lema de amor e caridade, de caminho e iluminação. Conforme se observa na Figura 1[5], ele utiliza da indumentária religiosa como roupas e acessórios, dos pontos de exus e pombas gira, não com o propósito principal ou único de evangelizar, mas sim de sensibilizar e conscientizar os usuários do metrô de São Paulo sobre o verdadeiro significado da prática da Umbanda. Para Stuart Hall (2016), as imagens que vemos constantemente a nossa volta nos ajudam a entender o funcionamento do mundo real, valores e identidades, assim como quem exclui ou é excluído em uma representação. Seus estudos analisam os efeitos da mídia nas sociedades e constitui o que chamou de uma política da imagem, posicionando os estudos culturais como uma epistemologia não positivista e tendo a representação como seu conceito central. É nesse processo de

[5] Imagem extraída da publicação "Salve a malandragem que sempre me protege", no perfil do ativista folkmidiático Álex Solários - https://www.instagram.com/p/DGsxq4ExvK4/?img_index=1. Acesso em 10 jul. 25.

comunicação e "evangelização" da palavra de Exú, espetacularizado na caracterização das entidades da Umbanda, que o ativista se articula no meio ambiente digital para formar sua comunidade de fé e ampliar sua rede de ação e interação, como as plataformas e vagões do metrô, às vezes em ônibus, espaços geralmente ocupados pela comunidade evangélica. É pela imagem de Exú e Pomba-gira que o folkmídia busca estabelecer o poder construtivista que pode impactar os usuários do transporte público, a fim de obter uma visibilidade pública, midiática e imagética.

Figura 2– O ativista Álex Solarios leva a palavra de Exú e defende a Umbanda nos espaços públicos de São Paulo.

Este movimento não acontece por autopromoção. Álex Solários é um ativista contra o racismo religioso, como podemos ver na Figura 2[6], extraída de um vídeo publicado em 19 de janeiro. Protesto que ele repete em outros espaços, destacando a diversidade religiosa no Brasil e exigindo respeito. Os números da intolerância religiosa no Brasil são preocupantes e veem em uma crescente. Em janeiro, o Disque 100 do Ministério dos Direitos Humanos e Cidadania (MDHC) registrou 2.472 casos de

[6] Imagem extraída da publicação "Respeite meu axé que eu respeito seu amém", no perfil do ativista folkmidiático Álex Solários - https://www.instagram.com/p/DFAu0RGxWUm/ Acesso em 10 jul. 25.

intolerância religiosa em 2024. Um aumento de 66,8% em um ano na violação. Em 2023 foram 1.481 denúncias. Deste número, as pessoas violadas com maior frequência são da Umbanda (151) e do candomblé (117), seguidos dos evangélicos (88) e católicos (53). O marcador de gênero também é alarmante: 1.423 mulheres foram vítimas da discriminação religiosa em 2024. Estas informações estão presentes no estudo apresenta por esta autora (Araújo, 2025) no Seminário de Inverno de Estudos em Jornalismo[7] do PPGJor/UEPG.

São contra estes incidentes que o ativista folkmidiático atua por meio da sociedade em rede. Em grande parte de seus vídeos publicados na plataforma, a mensagem que está presente é que a "nossa religião não é do demônio. É do bem, é caridade, é amor ao próximo". Para destacar essa mensagem, ele diz: "Exú te ama!", uma alusão e crítica à manifestação religiosa dos evangélicos, que também ocupam o espaço público para "levar a palavra de Deus", como costumam dizer em suas abordagens.

Essa comunicação mais popular promovida por este agente que propaga conteúdos culturais e ancestrais por meio das redes midiáticas, permite, segundo Trigueiro (2008), que grupos marginalizados tenham maior visibilidade e voz na sociedade. Esse processo vem caracterizado pela busca da identificação de outras pessoas do axé. Kellner (2004) diz que estes espetáculos são "fenômenos de cultura da mídia que representam os valores básicos da sociedade contemporânea, determinam o comportamento dos indivíduos e dramatizam suas controvérsias e lutas, tanto quanto seus modelos para a solução de conflitos" (p.5). Assim percebe-se que os vídeos (reels) compartilhados por Solarioos são "fenômenos que ele submete à lógica do espetáculo e à compactação na era do sensacionalismo da mídia" (p.5). Imagens que, para outras pessoas pertencentes ao "povo de terreiro", acabam trazendo uma identificação cultural, além de estimular a formação e o crescimento da comunidade virtual de Álex Solários. Uma força de resgatar não só a identidade, mas também o orgulho de pertencer a esta religiosa afro-brasileira, mesmo que ainda estigmatizada e marginalizada pela sociedade conservadora.

[7] Os anais do XXVIII Seminário de Inverno de Estudos em Jornalismo, onde consta a comunicação "Eu menti! Exú não está voltando, não. Ele já está entre nós", ainda não foi registrado. Em breve ele poderá ser acessado neste endereço: https://siseve.apps.uepg.br/es/xxiiiseminariojornalismo/resumos/151 Acesso em 10 jul. 25.

Por fim, vejo que os elementos utilizados da cultura umbandista, tais como "os toques" de atabaques e os cânticos (pontos) de conexão e louvor às entidades, além das guias e vestimentas (conforme demonstra a Figura 1, acima), reconstroem imagens espetacularizadas, presentes no cotidiano da comunidade do axé. Mensagens que chegam fortes e definidas aos demais atores – "instagramers", usuários dos serviços públicos e ocupantes dos espaços -, mais fáceis de serem compreendidas pelo formato imagético. Segundo Hall (2016), ao materializar a realidade com valores e identidades, todos entendem quem ganha ou quem perde com os efeitos da mídia nas sociedades, com a espetacularização dessas falas que potencializam os processos comunicacionais independentes e autênticos como o de Solarioos. Esta comunicação vem reforçada pelos estudos de Luiz Beltrão (2008), criador da comunicação dos marginalizados, que nos diz que é no folclore, na cultura, nos saberes e conhecimentos populares que esse sistema de troca de informações, ideias e opiniões se intensificam e são disseminados, além de estarem representados em estruturas de comunicação que ressaltam a identidade dos religiosos de matriz afro-brasileira. Um processo que também fortalece os movimentos de existência e resistência - apoiada pelas conversas em redes sociais segundo Recuero (2009) e que funcionam como uma ferramenta, um canal de luta contra hegemônica e acessível a todos, do online ao metrô e também outras vias de combate ao racismo religioso.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Elaine Barcellos. **"Eu menti! Exú não está voltando, não. Ele já está entre nós".** XXVIII Seminário de Inverno de Estudos em Jornalismo do Programa de Pós-graduação em Jornalismo da UEPG. Ponta Grossa: junho de 2025. (No prelo)

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez, 1980.

HALL, Stuart. **Cultura e representação.** Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, Apicuri, 2016.

KELLNER, D. A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo. **Revista Líbero,** vol. 06, n.11, p. 5, 2004.

MELO, José Marques de. **Mídia e cultura popular**: história, taxionomia e metodologia da Folkcomunicação. São Paulo: Paulus, 2008.

RECUERO, Raquel. Diga-me com quem falas e dir-te-ei quem és: a conversação mediada pelo computador e as redes sociais na internet. **Revista FAMECOS**, *[S. l.]*, v. 16, n. 38, p. 118–128,

2009. DOI: 10.15448/1980-3729.2009.38.5309. Disponível em: https://revistaseletronicas.pucrs.br/revistafamecos/article/view/5309. Acesso em: 5 jun. 2025.

SOLARIS, Álex. @solarioos. São Paulo, 19 de maio de 2025. Disponível em: www.instagram.com/solarioos. Acesso em: 19 mai. 25.

TRIGUEIRO, O. O ativista midiático da rede folkcomunicacional. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, [S. l.], v. 4, n. 7, 2008. Disponível em: https://revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/view/18667. Acesso em: 19 maio. 2025.