

Les youtubeuses et leur cahier de prières : médiatisation des formes émergentes de communication et d'organisation de la pratique religieuse ?

Kelber GONÇALVES,

François Rabelais University – University of Tours, France

Résumé

Ce travail s'intéresse à la médiatisation de pratiques religieuses sur la plateforme YouTube et plus exactement aux vidéos du genre « tutoriels », produites par des jeunes chrétiennes brésiliennes voulant apprendre aux internautes à élaborer leur cahier de prières. Nous nous basons sur un corpus de 8 vidéos produites par ces youtubeuses pour constituer notre analyse socio-sémiotique afin de comprendre d'une part, comment une pratique religieuse traditionnelle se renouvelle lors de sa médiatisation numérique et d'autre part comment le dispositif s'accorde à des axiomes de la chrétienté. Cette recherche nous permet de concevoir ces contenus info-communicationnels supposant non seulement la transmission d'un savoir, mais aussi d'un savoir faire et d'un savoir vivre qui vise à tracer une conduite morale à partir de l'élaboration d'une mise en scène de la prière. La médiatisation de cette pratique religieuse semble enfin ambitionner de rendre visible un style de vie fondé sur la communion avec Dieu.

Mots-clés

Cahiers de prières, médiatisation, YouTube, youtubeuses

Abstract

This work focuses on the mediation of religious practices on the YouTube platform and more precisely to the videos of the genre "tutorials", produced by young female Brazilian Christians wanting to teach Internet users to develop their prayer book. We base ourselves on a corpus of 8 videos produced by these YouTubers to constitute our socio-semiotic analysis in

order to understand, on the one hand, how a traditional religious practice is renewed during its digital mediatization and, on the other hand, how this accords to the axioms of Christendom. This research allows us to conceive of these info communicationnal contents, assuming not only the transmission of knowledge but also a know-how and a savoir-vivre that aims to trace a moral conduct from the elaboration of a staging of prayer. The mediatization of this religious practice finally seems to ambition to make visible a lifestyle based on communion with God.

Keywords

Prayer book, mediation, YouTube, YouTubers.

Introduction

Les TIC ont fortement contribué à une réorganisation du religieux dans la sphère sociale (Nizard et al, 2015 : 10) transformant des rituels religieux et engendrant des nouvelles manières d'appréhender les croyances religieuses traditionnelles (Campbell, 2010 : 137), reconfigurant « l'apologétique et la propagande religieuse » (Douyère, 2015a.). Bien que l'utilisation de l'internet par les religions remonte aux années 1990 notamment sous forme de Cyberchurch (Campbell, 2010 : 22), l'émergence de l'internet « participatif » a intensifié considérablement le phénomène. Ce nouvel modèle est susceptible d'être perçu par grand nombre d'institutions religieuses et d'internautes-croyants comme un territoire nouveau qui permettrait de communiquer autrement avec Dieu et « d'étendre le message chrétien », sous forme de prière et rituels en ligne, réunions hebdomadaires ou encore à partir du visionnage de cérémonies en ligne (Campbell, 2010 : 22). La naissance de termes tels que « cybertemples »,

« *Cyberchurch* », « *religion online* », (Campbell, 2006), « cyber sanctuaires » (Campbell, 2005) ou « *cyberfaith* » (Larsen, 2001) ; « religion numérique » (Stolow, 2014), « *religious digital* » (Hoover ; Echchaibi, 2014) sont des exemples de concepts révélateurs d'un changement dans la manière avec laquelle des individus pratiquent leur foi. L'internet peut être conçu comme un espace sacré ou spirituel (Campbell, 2010) et fonctionne comme un outil fondamental dans la logique de « la demande de la part des religions à être visibles » (Stolow, 2014). Parmi les possibilités multiples, il est également possible par exemple, d'allumer une bougie virtuelle, de faire une demande de prière en ligne, de télécharger des applications tels que « le saint Rosaire », de faire partie d'une « communauté » religieuse en ligne ou encore suivre la messe diffusée en direct sur internet ou encore, de témoigner de la « rencontre » ou de « l'amour du christ » à partir des plateformes de diffusion et partage des vidéos telles que YouTube.

Ce travail s'intéresse à la production audiovisuelle diffusée sur la plateforme YouTube par des jeunes chrétiennes laïques brésiliennes. Il s'agit de vidéos produites essentiellement dans le format « tutoriel » et qui ont pour but principal d'apprendre aux internautes à élaborer leur *caderno de oração* (cahier de prières) ainsi que de les encourager dans leur pratique de foi quotidienne. Ces cahiers sont des registres écrits des prières, des annotations sur les versets bibliques, des remerciements des grâces obtenues, etc.¹. L'usage du cahier de prières s'inscrit comme outil d'appui à la pratique dévotionnelle qui correspond au temps journalier consacré à être en communion avec Dieu. Nous pensons l'élaboration des cahiers de prière comme un rite et une forme de « composition d'un journal intime », medium de liaison entre le croyant et Dieu. La médiatisation de ces pratiques peut être comprise ainsi comme l'« action » d'apporter massivement la bonne nouvelle du Christ. Nous partons de l'hypothèse que la médiatisation de cette pratique religieuse à partir de ce dispositif audiovisuel peut servir à la fois à affermir la foi des internautes croyants ainsi que pour e-évangéliser. L'intérêt pour les cahiers de prière est apparu au cours d'une observation participante effectuée dans le cadre d'une recherche en cours dans une communauté charismatique catholique au Brésil. Suite à cette observation, il s'agissait pour nous d'enquêter, sous la perspective interactionnelle d'une *online religion*, – et non *religion online* (Helland, 2005), sur la présence

ou non de cette pratique médiatisée par ordinateur et plus précisément sur la plateforme YouTube. Nous chercherons plus précisément à comprendre dans quelle mesure la plateforme YouTube peut être utile à ces jeunes femmes et de quelle manière le dispositif s'ajuste et reconfigure leurs pratiques religieuses. Il s'agit de tenter de saisir comment une pratique religieuse « hors ligne » (élaborer un cahier de prières) s'adapte et se transforme dans « l'environnement technologiquement médiatisé » (Davis, 1998 cité par Campbell, 2010). Nous nous efforçons également d'identifier dans ces productions audio-visuelles sous forme de tutoriels des similitudes ou des particularités qui permettraient de les classer ou non comme des « sous-genres » à part entière. Pour constituer notre corpus, nous avons inséré le mot clef *caderno de oração* sur le moteur de recherche de YouTube et cliqué sur la première vidéo proposée par le dispositif. Le corpus s'est constitué de manière automatique une fois que nous avons actionné l'option « lecture automatique » ou « *auto play* » offerte par la plateforme. À la suite de la visualisation de sept vidéos, il était, à notre sens, possible de retrouver suffisamment d'éléments (décor, rythme, acteurs, présence ou absence de son, scénario etc.) pour créer des catégories afin d'organiser notre analyse. La démarche fait appel à une approche dite socio-sémiotique s'intéressant à la production des signes par les individus (Landowski, 2014) plutôt qu'une approche sociotechnique. Enfin, nous mènerons l'analyse de ces pratiques et de leur médiatisation sur la plateforme YouTube dans le prolongement de travaux menés en sociologie des religions (Stevens, 1994 ; Zaira, 2000) et dans le champ d'études religion et médias (Douyère, 2015 ; Campbell, 2005, 2006, 2010 ; Hoover ; Echchaibi, 2014 ; Stolow, 2014).

Ce travail sera présenté en trois temps. Nous traiterons dans une première partie des questions liées à l'apparente dichotomie entre espace public *versus* espace privé sur la plateforme YouTube. L'intersection entre la customisation permettant une construction identitaire « bricolée » et la standardisation de la plateforme sera également abordée. Enfin, nous proposerons un rapprochement entre le discours de la plateforme reposant sur le « partage », le *communicare* (être en relation avec), « la communauté » et le « vivre ensemble » et ceux sur lesquels reposent l'axiome même de la chrétienté. Dans une deuxième partie, davantage descriptive qu'analytique, nous tenterons, à l'aide des discours

des youtubeuses, de définir la nature des cahiers de prières et de circonscrire la « pratique vocationnelle » évoquée. La mise en scène de la prière associée aux cahiers comme une sorte d'objet sacré sera également examinée. Enfin nous évoquerons, conjointement avec le souci de l'esthétique dans l'élaboration du cahier de prière, la nature pédagogique des vidéos qui repose sur la médiation d'un savoir, suivi d'un savoir-faire et d'un « savoir-vivre » chrétien. Dans la troisième partie de cette communication, nous évoquerons brièvement des éléments qui semblent conforter l'hypothèse d'une plus grande participation des femmes dans l'Église catholique et par conséquent dans l'ensemble de la sphère sociale. Pour ce qui est de l'église catholique romaine, de nombreuses « communautés nouvelles » ont été aussi fondées par des femmes attestant une plus grande participation des femmes dans la vie religieuse des communautés locales. Dans les églises évangéliques, nombreuses sont les églises où les fonctions, les tâches administratives et le pouvoir sont plus ou moins partagés entre les sexes.

1) YouTube : plateforme idéale en vu de la publicisation des « formes sensationnelles » de l'expérience religieuse ?

1.1. Médiatisation et publicisation de la vie religieuse : entre le « *publicly private* » et un comportement « *privately public* »

Dans la Grèce antique, la religion ne relevait pas de la sphère privée. Elle était considérée comme un phénomène de la vie sociale, commun à tous les citoyens de la cité. Les pratiques religieuses du quotidien (prières, sacrifices, fêtes ou jeux) étaient ainsi partagées en public. L'opposition même entre le « sacré » et le « profane » et ses limites étaient flottante, puisque les Dieux disposaient aussi des caractères inhérents à l'homme (l'envie, la jalousie, etc.). La religion grecque ne se fondait pas sur des dogmes, une hiérarchie ou un clergé mais était avant tout une pratique, constituant ainsi une sorte de « religion civique » (Vernant, 2009 : 215). Puisqu'il s'agissait d'une pratique culturelle, le religieux était présent (poterie, sculptures) dans la politique (rhétorique) et formait un ensemble d'outils symboliques permettant de créer la cohésion sociale dans une société donnée. Ce qui relève de la sphère du public et de celle du privé est donc loin d'être figé dans un espace temps homogène et bien précis.

Le « public et le « privé » peuvent être très différents selon les divers groupes et sociétés. Dans le cadre juridique, par exemple, les législations sur le « droit à la vie privée » sont hétérogènes selon les pays. Du même, les limites entre le « privé » et le « public » peuvent varier selon la conception intime des individus. Ces deux espaces, n'étant pas incompatibles, « coexistent dans des combinaisons complexes dans les routines ordinaires de la vie quotidienne » (Gal, 2002 : 78). Ces « combinaisons complexes » font partie d'une logique de brouillage qui se reflète aussi dans les formes de socialisations médiatisées par les dispositifs numériques.

Dans le cas de YouTube et dans une perspective technique, il existe par exemple à l'intérieur de la plateforme en elle même divers « degrés de public ». Lorsque l'internaute choisi d'exhiber certaines informations sur « soi ou sur sa vidéo » il ne va pas seulement choisir ce qu'il publicise, mais il tamise également son individualité. Sur cette plateforme de partage des vidéos en ligne, le « absolument public » et « l'extrêmement privé » se fondent en permanence. Sur YouTube, par son système complexe de réseautage social, grand nombre d'internautes ont un comportement qui est à la fois « *publicly private* » et un comportement « *privately public* » (Lange, 2007 : 362). Il s'agirait d'une sorte d'enchevêtrement, d'une intimité qui devient publique lorsqu'elle est mise en scène, spectaculaire (souvent même hyper dramatisée) et revendiquée comme quelque chose de nouveau et d'authentique.

La construction identitaire dans notre cas d'étude semble se façonner notamment par cette intimité médiatisée, partagée par la cette pratique dévotionnelle des youtubeuses. YouTube, semble être une plateforme très efficace, puisqu'elle donne à l'utilisateur un éventail de possibilités de production donnant l'idée d'un monde créé sur mesure spécialement pour lui. Il n'est jamais inutile de rappeler que cette plateforme a même reçu fin 2005 le prix de « l'invention de l'année » par le magazine nord américain *Time*. Sur la couverture du magazine, sous les mots « *person of year* » l'image de l'interface d'un écran d'ordinateur avec le mot « YOU » au centre de l'écran, puis les phrases : « *Yes, you. You control the information age. Welcome to your world* ». Au cœur du service, – *focus on the user and all else will follow* – les internautes croyantes peuvent médiatiser leurs conception très individuelle de Dieu. Cette logique marchande semble aller de pair avec le

phénomène (du moins dans le cas du Brésil) des « multiples appartenances », et de la « customisation de la foi » ou de l'« individualisation du croire » (Campiche, 1993 : 129) ». Ce succès de YouTube à partir du modèle d'une « communication horizontale », et le format des tutoriels semblent également retrouver dans le religieux chrétien un contexte social favorable : 1) Dans un cadre de « crise de représentativité des autorités religieuses » par la « revendication de la libre prédication » (Harrison, cité dans Fath, 2001 : 470) - qui peut aussi se présenter sous forme du témoignage - et de la « cléricisation des laïques » (Dericquebourg, 1980 : 80) ; 2) Par une substitution au « charisme de fonction » d'un « charisme de message », notamment chez les protestants, à partir de la « prédication 'correcte' des Saintes Écritures » qui correspond à « la seule vérité du message qui est source de légitimation » (Willaime, 1986 : 59) ; 3) par la possibilité de « créer » des contenus « uniques et originaux » à l'intérieur de la structure standardisée qui compose le dispositif. Cette faculté de créer soit même semble s'ajuster à une logique de customisation de la foi, défendue par certains auteurs.

1.2. « *Liker* » c'est « partager » la foi tout en propageant la grâce

Sous le prisme de la socio-économie de l'industrie de l'information et de la communication, le religieux semble s'adapter parfaitement à la logique du « partage » omniprésent dans le « web 2.0 ». Le « partage », (c'est-à-dire la diffusion ou transmission) correspond à l'un des piliers du triptyque (avec production et consommation) sur lequel repose même cette industrie. Dans le cas des youtubeuses, cette logique du partage reste visible lorsque les jeunes filles demandent, à la fin de la vidéo, aux récepteurs de partager la vidéo. L'une d'entre elles souligne « Si vous avez aimé cette vidéo n'oubliez pas de laisser un 'j'aime', la partager dans les réseaux sociaux car cela représente une bénédiction dans 'ma vie, ta vie, notre vie'² ». Cette exemple de liaison entre la quête de « *like* », - phénomène courant dans les formes de socialisation médiatisées par ordinateur -, et le langage du sacré à partir du terme « bénédiction » semble corroborer l'hypothèse d'une fusion plus ou moins harmonieuse, intégrée, voir même revendiquée du religieux et le numérique³. Les pratiques religieuses seraient ainsi en « processus de réorganisation et de redéfinition par les pratiques et systèmes des médias »

(Stolow, 2014) et le vécu religieux devient graduellement depuis quelques années un « style de vie » (Refkalefsky, 2006 : 3).

YouTube, indique, dans la rubrique « à propos » de son site, ses perspectives : « Notre mission est que chacun puisse faire entendre sa voix et découvrir le monde ». Plus bas dans la page le site complète : « Nous pensons que chacun mérite de faire entendre sa voix, et que le monde n'en est que meilleur lorsque nous écoutons les autres, partageons nos expériences et développons des communautés grâce à nos histoires [...] ». Le discours déguise tout aspect référant à la socio-économie de l'industrie de l'information et de la communication. Des questions telles que la publicité, la surveillance numérique, l'utilisation de données des utilisateurs ou encore des questions telles que la dynamique de la fracture numérique ne sont pas abordées. La plateforme ne mentionne également pas la présence de grand nombre de professionnels et des entreprises dans YouTube. Il semble donc s'agir d'un discours « mythique » qui vise à relier les individus « autour d'une société qui serait plus démocratique » (George, 2011; Bouquillion; Miège; Moeglin; 2015). Le site se pourvoit d'un caractère presque omnipotent, omniscient et omniprésent, avoisinant le divin. Il s'agit visiblement d'un discours qui repose sur « une anthropologie naïve : celle de la propension naturelle au bonheur », qui formerait « proprement l'équivalent du salut » (Baudrillard, 1970 : 29). Ce discours semble efficace en rassemblent cinq idées principales : 1) il maintient implicitement l'allégorie du village global ; 2) il se fonde également sur le mythe de l'égalité et d'une « méritocratie universelle ou universaliste » ; 3) il contient l'idée du « partage », conception centrale dans le fonctionnement du dispositif ; 4) parce que ce partage permettrait la création de communautés ; 5) il postule que tout individu à droit à la parole (ce qui renvoie une fois encore à l'idée d'égalité). Enfin, le discours mythique proféré par cette industrie du « web participatif » équivaut au discours des individus croyants et groupes religieux eux-mêmes sur les « pouvoirs de la technologie ». Il s'agit d'un « discours prescriptif » (Campbell, 2010 : 137) qui « loue l'adoption de la technologie en raison de sa capacité à atteindre les internautes de manière massive dans la mission de transmettre des valeurs ou croyances attachées au religieux.

La plateforme YouTube semble ainsi partager des idéaux qui ne sont pas très divergents de ceux affichés

par diverses religions telles que l'égalité des hommes (devant Dieu). Dans le cas des youtubeuses, la « bonne nouvelle » peut être envoyée de manière efficace à travers de la plateforme puisqu'elle compte, selon son site « plus d'un milliard d'utilisateurs, soit près d'un tiers des internautes du monde entier⁴ ». Cette bonne nouvelle peut être diffusée principalement par le biais du témoignage. Ce témoignage-contenu-info-communicationnel se pratique sous forme de « tutoriel » par son caractère à la fois apologique et didactique. Il s'agit d'un discours qui est doublement persuasif (Bellenger, 1997 : 9). Il est persuasif par sa rhétorique qui vise à *faire croire* (Charaudeau, 2007) – des grâces ont été reçues à partir de la pratique dévotionnelle – aussi que par sa pragmatique et son caractère propagandiste qui ambitionne de *faire faire* (Charaudeau, 2009), ce qui correspond dans notre cas à prier « ensemble ». Ce discours intitulé « témoignage » peut être considéré une « nouvelle modalité communicationnelle » souvent « matinée d'une joie supposée attestatrice » (Douyère, 2015 b : 236) puisqu'il suggère que tous les individus peuvent atteindre la grâce. Sur YouTube, il s'agit donc du « partage » via ses tutoriels de l'expérience de la foi. Dans l'optique de la théologie chrétienne, il est question de « prêcher l'Évangile à toute la création », ce qui fait de la transmission du message un « devoir » plutôt qu'un choix. En grande partie par son caractère religieux, ces tutoriels disposent des valeurs et codes « invisibles dans le visible », pour faire écho à Régis Debray.

YouTube permettrait le « partage d'expériences » à partir des « histoires » des utilisateurs qui fonctionneraient comme « matière » dans la constitution des « communautés ». Dans le cadre des youtubeuses chrétiennes, la médiatisation de la pratique dévotionnelle (l'expérience avec le divin) se fait notamment à partir des histoires (témoignages qui narrent des grâces obtenues). Ces « histoires » peuvent se présenter en forme de l'une des deux catégories du phénomène religieux celle de la « croyance » – qui n'est autre que des « états d'opinion » (Durkheim, 1990 : 50). La deuxième catégorie ce sont les rites ou « des modes d'action déterminés » correspondant dans notre cas à l'élaboration et médiatisation de cahiers de prières.

La mise en scène d'un « environnement de la prière » semble présupposer la construction d'une « personnalité virtuelle » ou une « identité numérique ». Bien qu'individuelle, la pratique dévotionnelle réunit

des éléments qui sont communs dans ces productions. Ces éléments pourraient constituer un ensemble de « ressources d'identification multiples » (Castra, 2012) qui pourrait forger sentiment d'appartenance à un groupe, autrement dit, une identité collective, ce qui suppose la formation d'une « cyber communauté ». Le terme « communauté » dans sa perspective altruiste étant utilisé sans ambiguïté par YouTube. À ce propos, Bauman nous explique que le mot « communauté » comporte un ensemble de sensations et « plein de bonnes choses » qui englobent des « promesses de plaisir et dans la plupart des cas, les types de plaisir que nous aimerions goûter mais dont nous ne pouvons pas nous saisir » (Bauman, 2003 : 7). Elle serait dessinée comme une sorte de « Paradis perdu dans lequel nous espérons retourner » (Williams, cité par Bauman, 2003 : 7). La « communauté virtuelle » peut être aussi perçue à partir de la métaphore « du café de quartier » (Pastinelli, cité par Schmoll, 2015 : 72). Le café de quartier étant en lui-même l'un des endroits pensés par Oldenburg en *The great good Place*, pour illustrer les communautés virtuelles dans le cyberspace. Bauman suggère encore que le terme « communauté » n'a jamais été utilisé de façon aussi banalisée et vide que ces dernières décennies. L'auteur ajoute que la « communauté » (*Gemeinschaft*⁵) pensée par Ferdinand Tönnies (cité par Mesure, 2015) est devenue très rare « dans la vraie vie ».

2. Écrire, c'est prier⁶ ? Le cahier de prières en tant que « méthode pédagogique » d'organisation de la pratique religieuse dite « vocationnelle » médiatisée sur YouTube

2.1. Pour mieux comprendre la nature des cahiers de prières

Aux antipodes d'une réflexion épistémologique sur le cahier de prières et encore moins sur une « philosophie de la croyance », ce sont les pratiques religieuses « ordinaires » et quotidiennes de ces jeunes filles « youtubeuses⁷ » et surtout leur médiatisation qui nous intéresse. Il importe d'abord de préciser la nature du cahier de prières et de comprendre dans quelle mesure il fait partie intégrante de la pratique dite « dévotionnelle ».

Selon l'internaute Francine Verissimo, le cahier de prières, cahiers de dévotion ou encore journal spirituel peut être compris comme outil pour « organiser et donner de la clarté aux pensées » (0' :22" jusqu'à

0' : 26") car « l'écriture a le pouvoir d' [de nous] aider à catégoriser nos pensées (0' :45" jusqu'à 0' : 49"). Ces cahiers sont essentiels « pour apprendre d'avantage la parole de Dieu » (0' : 50" jusqu'à 0' : 53"), puisqu'avant tout il s'agit « d'un outil d'apprentissage » et un « Cahier dans l'école de la grâce ». (0' : 53" jusqu'à 1' : 15"). C'est à travers le cahier de prières qu'il est possible de « développer une connaissance pleine du seigneur et sauveur Jésus Christ » (1' : 15" jusqu'à 1' : 23"). Il sert aussi à établir une « plus grande intimité avec le Christ » [...] puisqu'il fonctionne comme medium pour « parler et écouter Jésus » (1' : 37" jusqu'à 1' : 54"). Le cahier spirituel sert aussi à « compter les bénédictions », c'est-à-dire qu' il fonctionne comme un compte-rendu, une sorte d'historique qui nous permettrait en le lisant de « regarder en arrière » et se rendre compte des « réponses et grâces perpétrés par Jésus dans le passé » (1' : 59" jusqu'à 2' : 18"). Le cahier sert enfin comme un l'un des principaux « outils de motivation dans la pratique dévotionnelle » et il a été pratiqué au long de l'histoire par les « grand hommes de Dieu » (2' : 34" jusqu'à 2' : 42"). La pratique dévotionnelle centré sur l'élaboration du cahier de prières consiste, selon l'internaute Michelle Souza à « réserver une période significative de la journée pour être en communion avec Dieu » ; [Il s'agit de] « prendre du temps pour discuter avec lui, pour lire sa parole, l'étudier, c'est-à-dire, réserver du temps pour adorer Dieu » (0' :33" jusqu'à 0' :49"). L'internaute précise l'usage du terme « significative » car la pratique dévotionnelle ne consiste pas à « dire Dieu merci pour la journée, amen » à la fin de la journée ou « au moment de se coucher ». Il s'agit de prendre « au moins une petite heure de la journée pour la consacrer à Dieu, pour garder du temps pour étudier ses écritures, pour garder du temps de discuter [...] avec lui » (0' :50" jusqu'à 1' :21"). Michelle explique qu'elle « fait sa dévotion » le matin « parce qu'elle aime s'éveiller et commencer tout de suite à parler à Dieu » (1' :45" jusqu'à 1' :56"). Elle souligne que, pour ce faire, « il faut choisir un endroit tranquille », trouver « une horaire régulier pour parler à Dieu » [...] un « plan de lecture » et même se procurer dans les librairies des manuels qui enseignent à faire la dévotionnelle pour débutants. (2' :10" jusqu'à 4' :16") mais qu'il faut « avant tout demander que le saint Esprit vienne afin « d'ouvrir nos yeux spirituels » pour que l'on puisse comprendre la parole de Dieu. (6' :45" jusqu'à 6' :55"). La pratique

confessionnelle peut donc être comprise comme une pratique d'affermissement de la foi pour ceux mêmes qui produisent ces contenus. La dévotion s'inscrit ainsi dans la quête d'une « mise en scène de la prière » qui s'avère polysémique et qui exige un espace-temps qui lui est propre.

La mise en scène de la prière est double. D'une part, elle se produit dans un espace physique qui correspond le plus souvent à la chambre de la youtubeuse. Il s'agit de leur « environnement de la prière » (Certeau, 1987 : 37). À ce propos, Fabiola Keffer explique qu'elle préfère « être dans son petit coin, là où elle aime méditer sur la parole » [de Dieu] (2' :03" jusqu'à 2' :08"). La mise en scène de la prière se compose par un ensemble plus ou moins complexe « d'objets de l'ordinaire » (post-its, crayons, livres, etc.) ; cela (s')inscrit (dans) « l'expérience du transcendantal ». Ces objets, qui permettraient l'union des participants de la vie religieuse, prennent apparemment, une fois rassemblés, un caractère sacré une fois qu'ils seront utilisés pour la connexion avec l'au-delà à partir du cahier de prières. D'autre part, la mise en scène se fait aussi à partir de la médiatisation du tutoriel qui sera diffusé (position de la caméra, souci de qualité de la vidéo, édition de la vidéo etc.).

Bien que cette mise en scène soit double, elle ne nous est pas doublement accessible. Du moins, pas dans son intégralité. Quoique le récepteur puisse accessoirement être invité à prier avec la youtubeuse, il ne participe pas intégralement à sa pratique dévotionnelle. Cette pratique requiert aussi des moments de prière solitaire et une « intimité avec Dieu » qui ne doit pas être médiatisée. Le contenu rédigé dans le cahier de prières ne doit pas être dévoilé. À ce propos, Sarah Néry révèle qu'elle a du refaire sa vidéo sur l'organisation de son cahier de prières car, sur la vidéo précédente il était alors possible « de lire à travers la vidéo tout ce qu'il y avait d'écrit, toutes ses choses intimes » (0' :33" jusqu'à 0' :43"). Puisque selon elle, dans le cahier de prières l'on retrouve des secrets aussi intimes que « seul Dieu sait ». C'est pourquoi il ne s'agit pas de rendre public le cahier de prières mais d'« apprendre » aux internautes à fabriquer leur propre cahier de prières, qui sert d'outil de support élémentaire dans la pratique dévotionnelle. Ainsi, la médiatisation de ces pratiques est comme la foi elle-même, simultanément « intime » et « force collective adhésion » (Sumpf, 1965 : 64).

2.2. Le cahier de prières en tant que création artistique : rien n'est trop beau pour Dieu

La mise en scène de la prière semble se faire aussi à partir du cahier de prières même. Nous retrouvons dans l'écriture des cahiers de prières un souci de l'esthétique, voire même une volonté artistique. L'effort et la quête de beauté et perfection seraient aussi une manière de s'approcher de Dieu, qui est lui-même parfait dans la conception des croyants. Dans cette perspective, ces cahiers peuvent être compris comme des sortes d'« enluminures revisités ». Ces cahiers sont donc enrichis par des dessins, par des collages, signes de pagination, lettres ornées, bordures etc. Les mouvements de la main que nous voyons dans les vidéos de Duda Diniz – car les mains, « elles aussi disent la prière » (Certeau, 1987 : 33) – nous permettent aussi d'appréhender un véritable effort dans le but d'atteindre une calligraphie la plus parfaite possible, car « rien n'est trop beau pour Dieu ». Enfin, le souci de l'esthétique passe également dans l'ensemble des vidéos analysées par une manucure soignée. Les deux vidéos de l'internaute Duda Diniz illustrent convenablement ce caractère artistique dans la conception des cahiers de prières.

Le cahier de prières peut être appréhendé non pas seulement comme méthode pour optimiser la pratique de la prière et de la dévotion mais aussi par le caractère pédagogique des productions, pourvues d'une ambition de transmettre un « savoir » ou des connaissances médiatisés par ces jeunes filles, à partir de l'étude « de la parole de Dieu ». La question de l'interprétation des textes sacrés reste ainsi, du moins dans le cas de ces jeunes filles la question clef de la pratique religieuse (Campbell, 2010:16). Cette « connaissance » viendrait accompagnée d'un « savoir-faire » (être en mesure d'agencer le cahier) étroitement lié à la question d'organisation de la prière. Enfin, la méthode d'organisation du cahier semble servir à cadrer et transmettre des règles d'un « mode de vie » qui est traduit par les attitudes qui seraient plus cohérentes avec leur foi et qui par conséquent « rapprocherait » ces internautes davantage de Dieu.

Bien que les cahiers de prières et les pratiques dévotionnelles se présentent de manière plus ou moins homogène, le caractère spécifique des cahiers ne s'établit pas seulement par leurs contenus mais aussi par leur forme et leur emploi. Sarah Néry explique que le cahier sert aussi pour « documenter » son « itinéraire spirituel⁸ » connu sous le nom de

« *Caminho da paz* » (Chemin de la Paix). Elle utilise également un livre d'étude biblique intitulé *Luz para os meus passos Vol. II (Lumières pour mes pas, vol. II)* car il s'agit « de ce que son groupe de prière est en train de vivre » (2' :08" jusqu'à 2' :10"). Elle ne développe pas davantage, mais nous pouvons penser que les membres du groupe sont invités à lire ensemble cet ouvrage. Elle explique encore qu'étant donnée qu'elle est « *vocacionada* », ou laïque consacrée, – terme qui semble être traduit dans la version française du site de sa communauté par « missionnaire » – elle possède un autre livre de prière spécifique intitulé *Te Seguirei – Je te suivrai* – (1' :45" jusqu'à 2' :25"). Afin d'ordonner ses pratiques religieuses, la youtubeuse utilise les acronymes EB pour étude biblique et OP pour oraison personnelle. Cette stratégie semble être mise en place également pour permettre à la croyante de distinguer ce qui relève d'un « étude formatrice par les biais de son groupe de prière » et ce qui est de l'ordre de sa relation personnelle avec Dieu.

L'« intimité » avec Dieu est vraisemblablement représentée dans une autre catégorie intitulée « discernement ». Bien qu'elle développe pas la définition du terme, cette catégorie est importante selon elle pour « trouver plus rapidement l'information » une fois qu'elle « ne pas être obligé de chercher dans tout son cahier » pour trouver « ce que Dieu lui a dit » (7' :30" jusqu'à 7' :45"). Elle nous explique encore avoir choisi un cahier de prières qui est « bien plus petit et super mignon », bien plus spiritualisé (elle baisse la tête à cet instant et suggère un geste, les mains jointes, qui évoque une prière) et bien plus « rationnel » par sa couverture que l'autre cahier qui présente en couverture de la représentation du personnage de *Comics « The Amazing Spider Man »* (8' :00" jusqu'à 8' :30"). Elle ne développe cependant pas ce qu'elle entend par le terme « rationnel ». Ainsi, la jeune fille possède deux cahiers de prières. L'un des cahiers de prières semble être d'avantage « pragmatique » et fonctionner comme une sorte d'agenda où elle peut noter les activités liées à sa vie religieuse alors que l'autre serait plus « intime », le rapprochant davantage de Dieu.

L'intimité avec Dieu, selon elle, se traduit après tout dans une catégorie intitulée « *surpresas de Deus* » (surprises de Dieu) où l'internaute note les événements extraordinaires de la semaine qu'elle considère comme des cadeaux de Dieu. Comme exemples de ces événements nous retrouvons « des

prophéties » qui lui ont été révélées, « la découverte de nouvelles chaînes catholiques sur YouTube » ; « la retrouvaille avec une personne qui lui est chère » (etc. (6' :23" jusqu'à 6' :42")). La particularité de ce cahier de prière réside dans deux des catégories que nous ne retrouvons pas dans les autres vidéos observées. La première est la catégorie appelée « confession », destinée à transcrire et à documenter le rite sacramentaire de la confession auprès du prêtre. Il ne s'agit pas seulement de « l'inscription de ses fautes auprès de Dieu », (2' :58" jusqu'à 3' :27") mais aussi de la pénitence qui lui a été adressée dans la rémission de ses péchés. La deuxième partie étant celle du « discernement » faisant référence à l'héritage catholique de la pensée ignacienne.

Enfin, comme dernier mode de confection du cahier de prières, l'on observe dans la vidéo produite par Tainá Brito le recours à un plan pour orner son écran et rendre plus schématique sa méthode d'organisation de la pratique dévotionnelle. Sur le plan, nous pouvons observer l'acronyme SOAP accompagné du sous-titre « dévotionnel » ainsi que la phrase « obrigada⁹ por adquirir este material » (nous vous remercions d'avoir choisi ce matériel). Je souhaite que la bénédiction soit avec vous. Lisez un verset et suivez les étapes ci-dessous ». L'acronyme d'origine anglophone signifie dans ce contexte 1) « *script* » qui renvoie à la lecture de la Bible; 2) « *observation* » qui consiste à la réflexion et le résumé suite à la lecture des extraits de la Bible; 3) « *application* » qui consiste à appliquer la vérité [de la parole de Dieu] dans sa vie »; 4) « *pray* » qui consiste en la pratique de la prière basée sur la lecture du jour (1' :30" jusqu'à 2' :02"). L'internaute explique aimer accompagner sa dévotion avec des musiques produites par le groupe chrétien nord-américain Bethel Music¹⁰.

En effet, traditionnellement, la musique a su conserver une place privilégiée dans la pratique religieuse ; dans l'univers chrétien, nous entendons même souvent clamer que « chanter c'est prier deux fois ». L'*ars antiqua*, la musique gospel, la musique populaire chrétienne en sont quelques exemples. La musique assiste, habille et transforme la prière. Dans la pratique dévotionnelle, les youtubeuses ne chantent pas des hymnes de louange à Dieu mais elles semblent utiliser la musique comme accompagnement de la prière. Elle paraît être utilisée non pas seulement pour faire plaisir à l'ouïe, mais peut être conçue comme un outil pour s'approcher de Dieu. Comme nous explique

Michele Souza, il n'est pas question de « chanter la prière » : [il est préférable de] « mettre un 'louvor'¹¹», une musique calme, douce, quelque chose de léger afin de pouvoir se connecter avec Dieu » (15' :58" jusqu'à 16' :11").

3. Les youtubeuses et la médiatisation de la pratique dévotionnelle et la mise en scène d'une féminité naïve

3.1. De la médiatisation du *Marianismo* dans la mise en scène de la prière

Une plus grande présence et influence des femmes dans l'Église ces dernières années peuvent en partie être responsable par une augmentation de leur « autorité » en tant que croyantes. Dans le cas du catholicisme romain, l'exemple le plus fragrant réside dans l'organisation de ce qui l'Église Catholique appelle les « communautés nouvelles¹² », nombreuses étant fondées ou dirigées par des femmes, dans une logique de cléricisation des laïques. À l'égard des églises chrétiennes évangélistes, des nombreuses institutions forment « femmes pasteurs » qui partagent de manière plus au moins égale les « tâches » liées à leur Église (Campos Machado, 2005 : 394). Ce nouveau « statut » des fidèles peut, bien entendu, remodeler les pratiques religieuses et réaménager à l'avenant la relation qu'elles entretiennent au sexe opposée. Ainsi, nous pouvons supposer que la restructuration du paysage religieux s'opère entre autres à partir des questions étroitement liées au genre ; du moins sous l'optique de la confection des cahiers de prières.

Dans une perspective socio-culturelle, la division des sexes aurait ses particularités dans le monde latino-américain : elle serait « renforcée par la religion » (Drogus, 1990 : 65) à travers le culte du *Marianismo*. Le *Marianismo*, c'est-à-dire, le culte porté à la Vierge Marie, « met en évidence la 'semi-divinité' » la supériorité morale et la force spirituelle de la femme » (Stevens, 1973 : 4). C'est par le biais de cette dévotion que les femmes seraient interprétées comme des modèles de « soumission, pureté et souffrance » et en conséquence « apparemment revalorisées » (Ary, 2000 : 78). Cette valorisation au premier abord ne serait que « l'autre face du machisme » étant « aussi répandu que le machisme mais est moins compris par les Latino-Américains eux-mêmes et presque inconnu des étrangers » (Stevens, 1973 : 4). L'idéal de la femme est dans la

conception de l'auteure, « résumé dans la figure de l'épouse et de la mère qui souffrent depuis longtemps, dont les prières patientes peuvent encore changer les hommes mécontents de leur famille » (Ary, 2000 : 80), ayant ainsi une fonction de régénératrices de la société Enfin, en grande partie, le culte marial serait responsable de la création de deux catégories de femmes:

[...] La mère chrétienne devra aider ses filles à cultiver « ses attributs mariaux », en les surveillant à travers leur éducation pour qu'elles soient fidèles aux deux modèles qui leur sont portés à l'imitation, à savoir celle de sa propre mère et celle de Marie ; pour ce qui est des garçons, il faut les protéger de leur malheureuse tendance à l'« exercice d'une sexualité libertine » qui les pousserait vers d'autres femmes maudites – les séductrices prostituées, aussi différentes des ses bienheureuses Mères. (ARY, 2000, p. 80).

Des recherches sur la représentation de ces deux catégories de femmes dans la publicité télévisée au Mexique ont révélé que malgré un changement positif durant ces vingt dernières années, la représentation médiatique de la femme restait encore essentiellement traditionnelle. Selon eux, dans la perspective d'un *marketing* efficace, il est préférable d'être prudent. En ce sens, une publicité qui met en scène une épouse qui possède des connaissances sur le sexe, par exemple, risque de « troubler le récepteur » (Villegas, J., Lemansky, J., Valdéz, 2009).

3.2. Une médiatisation faite par les femmes et pour les femmes

Chez les youtubeuses en revanche, nous n'avons pas observé ni de références directes ni de culte à proprement parler à la figure de Marie. Elles n'ont également pas déclaré leur confession chrétienne¹³. Toutefois, les valeurs « mariales » héritées du catholicisme dans la société latino américaine persistent de manière manifeste dans d'autres sphères de la vie sociale et semblent correspondre à une « convention iconographique tacitement acceptée » (Eco, 1970 : 20) fondée sur la pureté, la beauté etc. De la même manière, dans le cas des youtubeuses, la quête des ces valeurs et du dévouement et obéissance à Dieu restent visibles dans leur production audiovisuelle.

L'incarnation du personnage de la vierge Marie passe par la suggestion de la pureté dans l'esthétique du cahier de prières : 1) des dessins enfantins suggèrent quasiment une jeune femme qui n'a pas atteint la puberté, donc sexuellement naïve ; 2) par un « rituel langagier » (Charaudeau, 2009) qui semble être utilisé comme outil supplémentaire d'appartenance au premier groupe des femmes, c'est-à-dire, celle qui cultive ses attributs mariaux. Le vocabulaire reste soigné et le ton de voix doux et calme ; le diminutif « inho » semble également être employé pour « se familiariser davantage avec les personnes ou objets, [...] les rendre plus accessibles aux sens et de les rapprocher du cœur » (De Holanda, 1995 : 74) ; 3) une sérénité exprimée à partir d'une présentation de soi (maquillage léger et lumineux, habits sobres) ; 4) il peut être aussi accompagné de musiques également douces. En bref, la femme, dans la conception marianiste ne peut être comprise que sous deux formes : vierge, pure et asexuelle ou bien mère et épouse¹⁴. La présentation publique de la femme donc doit être soignée afin de bien différencier les femmes de l'Église et celles « du monde ».

Les vidéos sont ainsi produites par et pour le public féminin. Cette « féminité » pour sa part, est visible sous forme de: 1) du nom de « chaînes » YouTube de ces jeunes filles telles que « *meninas da Igreja* » (filles de l'église) ; « *Graça em Flor* » (Grâce en Fleur) ; 2) par l'utilisation presque systématique du féminin lorsque ces productrices s'adressent à leur public ; 3) par le décor qui regroupe un large éventail d'objets et des signes qui sont habituellement associés à « *l'imaginaire* » féminin socialement construit (la couleur rose omniprésente, l'utilisation des bibles conçues spécialement pour les femmes – telles qu'une bible intitulée « bible de la femme de foi », (représentée dans la video de Tainá Brito à 4' :32" ; dans la vidéo de Michelle Souza à 9' :42") une décoration souvent fleurie, présence de *papéis de carta*¹⁵ (papiers à lettre) ; 4) par des commentaires laissés par internautes, exclusivement ou presque par des femmes. Ainsi, le décor, par son caractère stéréotypé, servant à la construction d'un univers qui favoriserait le développement d'une « communauté féminine ». Par conséquent, le « contrôle de l'audience n'est pas seulement physique, mais aussi « interprétatif ». Plus que rassurante, la « division des sexes » par des constructions sociales est récurrente non seulement dans la chrétienté, mais aussi dans grand nombre de religions.

La féminité est mise en exergue également dans d'autres vidéos de tutoriels qui n'ont pas forcément de lien direct avec la dévotionnelle mais qui cherchent également à conseiller les jeunes filles sur les pratiques religieuses les plus adéquates dans la vie d'une croyante. Miche Souza produit d'autres vidéos intitulés « *mulher cristã pode usar maquiagem ?* » (la femme chrétienne peut-elle se maquiller ?) ou encore « *mulher cristã pode usar salto alto ?* » (les jeunes croyantes peuvent-elles porter des talons?) en sont l'exemple parmi d'autres. Le nom d'un des chaînes YouTube, celle de Tainá Brito qui s'intitule *Meninas da igreja*, (filles de l'Église) par exemple, semble fonctionner comme l'oxymore des « jeunes filles du monde ». Il subsiste, de manière plus ou moins expressive dans certains courants telles que le Renouveau Charismatique et dans des nombreux courants la mise en place de stratégies visant une division nette en ce qui « appartient à ce monde » et donc, de l'ordre du profane et ce qui « appartient à l'église » et par conséquent, à Dieu. Michele Souza parlait par exemple des « choses du haut » ou encore « choses de Dieu » en opposition aux « choses d'en bas » ou bien à « toutes les autres choses » (12' :18" jusqu'à 12' :27"). Cette polarisation en effet fait souvent partie intégrante de toutes sphères de la vie du croyant (le choix des amis ou partenaires, le choix des produits culturels qu'il achètera, ses habits¹⁶, etc.).

Conclusion

Dans ce travail nous avons cherché à comprendre, tout d'abord, le « sens » que donnent les fidèles internautes à leur cahier de prières, partie intégrante de leur pratique dévotionnelle. Nous avons pensé le cahier de prières non seulement comme outil d'organisation de la prière, mais en tant que partie intégrante de la prière elle-même. La médiatisation de la pratique se fait de manière soignée, à travers la mise en scène d'un environnement de la prière. Cette mise en scène est double et polysémique. Elle s'élabore d'une part, via la réunion d'objets rassemblés méticuleusement (livres chrétiens, bibles, le cahier de prières lui-même) visant à rendre sacré un « espace physique ordinaire », qui correspond le plus souvent à la chambre des youtubeuses. D'autre part, elle s'élabore lors de la production et l'édition des vidéos (choix de la musique, position de la caméra, souci de la qualité de la vidéo etc.). Cette mise en scène ne nous est toutefois pas doublement accessible puisque

les contenus eux-mêmes du cahier de prières ne nous sont pas dévoilés, ce qui à notre sens compose la particularité de ce genre de tutoriel. Toutefois, cette particularité ne nous permet pas pour autant, du moins pour le moment, d'affirmer qu'il s'agit d'un sous-style ou sous-genre audiovisuel émergeant dans le style tutoriel. Le nombre affiché de « visualisations » et de « commentaires » d'internautes nous indique que la médiatisation des cahiers de prières reste, à ce jour peu représentée. Ces chiffres attestent que ces youtubeuses ne disposent pas, du moins pour le moment, d'un statut de « néo-vedettes », de la plateforme. De ce qui est du contrôle de la réception, il ne se fait pas seulement à partir des services de réseautage de la plateforme (puisqu'elle propose divers degrés d'abonnement) mais aussi par le biais de l'interprétation. Les vidéos sont ainsi produites par des femmes et pour une catégorie de femmes, celles qui partagent les « valeurs » de la femme chrétienne. Ces valeurs communes, présupposent la création d'un « communauté » ; ce qui renvoie à l'idée de l'éloge construit par YouTube du « partage » des « expériences » ou des « histoires » de chacun. Nous avons constaté que dans le cas de la médiatisation des cahiers de prières, le religieux n'échappe pas à la logique des industries culturelles de l'information et de la communication. La demande de la part des productrices de « likes » (pour élargir la bénédiction, disent-elles), de commenter la vidéo, de la partager sur les réseaux sociaux en sont l'exemple. Enfin, la médiatisation de ces pratiques religieuses n'a pas pour seul but d'« apprendre à faire un cahier de prières à partir des tutoriels sur YouTube ». Elle ne suppose pas purement une « transmission d'un savoir » (la connaissance de la parole de Dieu). Elle est également accompagnée d'un « savoir faire » (méthodes pour la pratique de la foi), qui produit pour sa part un « savoir-vivre chrétien » (tutoriel qui vise à dessiner une conduite morale par laquelle on s'approcherait de Dieu). Il s'agit non seulement de la médiatisation d'un vécu religieux, mais aussi d'un « style de vie » que ces internautes semblent vouloir rendre visible.

Les vidéos analysées

Veríssimo, F. [Graça em Flor]. (2016, octobre, 17) *5 motivos para começar um diário espiritual (e 3 dicas de como fazê-lo!)* [Video file]. Disponible sur <https://www.youtube.com/watch?v=wZm0oGpFqVE>
Brito, T. [meninas da igreja]. (2016, décembre, 22)

Como eu faço meu devocional | #semi [Video file]. Disponible sur <https://www.youtube.com/watch?v=90IpxPq7ubU>

Souza, M. [Michele de Souza]. (2015, décembre, 15) *O que é? E como fazer: Devocional By: Michelle Souza* [Video file]. Disponible sur <https://www.youtube.com/watch?v=BMoul58kU0Q&t=369s>

Keffer, F. [Vivendo os Sonhos de Deus]. (2017, février, 09) *Devocional diário - como eu faço meu devocional na pratica* [Video file]. Disponible sur : <https://www.youtube.com/watch?v=Gz5pVaQccM0>

Ruiz, D. [Escrito a mão]. (2016, novembre, 30) *Meu caderno de devocionais* [Video file]. Disponible sur <https://www.youtube.com/watch?v=C88PomifydE&t=156s>

Ruiz, D. [Escrito a mão]. (2016, novembre, 07) *Como eu uso o meu caderno de devocionais – Devotional Journal* [Video file]. Disponible sur <https://www.youtube.com/watch?v=UqkSijyTWI&t=1s>

Néry, S. [BoraPartilhar]. 2015, août 6) *Como eu organizo meu caderno de oração | sete categorias* [Video file]. Disponible sur <https://www.youtube.com/watch?v=TxXUtlI7DFE&t=198s>

Referências

Ary, Z. (2000). *Masculino e feminino no imaginário católico: da Ação Católica à Teologia da Libertação*. (1 ed., p. 71-78). São Paulo, Brasil: Annablume.

Baudrillard, J. (1970). *La société de consommation ; ses mythes ses structures* (ed., Vol., p. 15-34). Paris, France : Denoël.

Bellenger, L. (1997). *La force de persuasion, Du bon usage des moyens d'influencer et de convaincre*. Paris, France: ESF.

Bouquillion, P., Miège, B., Mœglin, P. (2015). *Industries du contenu et industries de la communication. Contribution à une déconstruction de la notion de créativité*. *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n°16/3B, 2015, p. 17 à 26, [en ligne] URL : <http://lesenjeux.u-grenoble3.fr/2015-supplementB/01-Bouquillion-Miege-Moeglin/index.html> [consulté le 05 septembre 2017].

Campbell, H. (2005) *Spiritualising the Internet, uncovering discourses and narratives of religious Internet usage*. *Heidelberg Journal of Religions on the Internet* [En ligne], V.1.1, disponible sur <http://heiup.uni-heidelberg.de/journals/index.php/>

religions/article/viewFile/381/356 [consulté le 05 juin 2017].

Campbell, H. (2006) *Religion and Internet*. *Revue Communication Research Trends*, [revue électronique], Vol. 25, (NO. 1-3) disponible sur http://cscs.scu.edu/trends/v25/v25_1.pdf [consulté le 04 juin 2017].

Campbell, H. (2010). *When Religion Meets New Media* (ed., Vol., p.). London, United Kingdom: Routledge.

Campiche, R. (1993) *Individualisation du croire et recomposition de la religion*. *Archives de sciences sociales des religions*, n°81, 117-131.

Campos Machado; M.D (1996) *Família: os novos modelos possíveis*. In *Carismáticos e Pentecostais: Adesão Religiosa e Seus Efeitos Na Esfera Familiar*, Campinas, editora Autores Associados, ANPOCS.

Campos Machado; M.D (2005) *Representações e relações de gênero nos grupos pentecostais*, [En ligne], in *Estudos Feministas*, Florianópolis, 13(2): 256, maio-agosto/2005; disponible <http://www.scielo.br/pdf/ref/v13n2/26891> [consulté le 10 octobre 2017].

Castra, M. (2012) *Identité*. In *Sociologie* [En ligne], *Les 100 mots de la sociologie*; disponible, <http://sociologie.revues.org/1593> [consulté le 09 mai 2017].

Charaudeau, P. (2000) *De la compétence sociale de communication aux compétences de discours*. In *Actes du colloque de Louvain-la-Neuve sur Compétence et didactique des langues*, [En ligne], disponible <http://www.patrick-charaudeau.com/De-la-competence-sociale-de.html> [consulté le 20 mai 2017].

Charaudeau, P. (2007) *De l'argumentation entre les visées d'influence de la situation de communication*. In *Argumentation, Manipulation, Persuasion*, L'Harmattan, Paris, [En ligne], disponible sur <https://www.patrick-charaudeau.com/De-l-argumentation-entre-les.html> [consulté le 20 juin 2017].

Charaudeau, P. (2009) *Il n'y a pas de société sans discours propagandiste*. [En ligne]. In *Ollivier-Yaniv C. et Rinn M. (dir.), Communication de l'État et gouvernement social*, Presses Universitaires de Grenoble. Disponible sur <http://www.patrick-charaudeau.com/Il-n-y-a-pas-de-societe-sans.html> [consulté le 06 mai 2017].

Sergio, B. (1995). *Raízes do Brasil* (26 ed., Vol., p. 71-93). São Paulo, Brasil: Companhia das Letras.

Dericquebourg; R. (1980) *Le Béthel, ordre religieux jéhoviste ? / The Jehovist Bethel, a Religious Order?* . In: *Archives de sciences sociales des religions*, n°50/1, pp. 77-88.

- Douyère, D. (2015) « De la mobilisation de la communication numérique par les religions », *tic&société*. [En ligne], disponible sur <https://ticetsociete.revues.org/1822> Vol. 9, N° 1-2 | 1er semestre 2015 - 2ème semestre 2015, mis en ligne le 12 janvier 2016, [consulté le 09 juin 2017].
- Douyère, D. (2015) Controverse sur la « nouvelle évangélisation ». In Hermès, *La Revue* [En ligne], 2015/1 (n° 71), p. 236. Disponible sur <http://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2015-1-page-236.htm> [consulté le 06 mai 2017].
- Drogus, C. (1990) *Reconstructing the Feminine: Women in São Paulo's CEBs / Reconstruction de l'identité féminine et communautés de base à São Paulo*. In: *Archives de sciences sociales des religions*, [En ligne], n°71, pp. 63-74; disponible http://www.persee.fr/doc/assr_0335-5985_1990_num_71_1_1343 [consulté le 20 mai 2017].
- Durkheim, E. (1960) *Les formes élémentaires de la vie religieuse, Le système totémique en Australie* [1990]. Paris : Presses Universitaires de France.
- Eco, U. « Sémiologie des messages visuels ». In: *Communications*, 15, 1970. L'analyse des images. pp. 11-51. doi : 10.3406/comm.1970.1213
- Fath, S. (2001) *Une autre manière d'être chrétien en France : socio-histoire de l'implantation baptiste (1810-1950)*, Ed. Labor et fides, Genève.
- Gal, S. (2002) *A Semiotics of the Public/Private Distinction*. In *differences : In A Journal of Feminist Cultural Studies* [En ligne], 13.1, disponible: http://d3qi0qp55mx5f5.cloudfront.net/anthropology/docs/Gal_Public_Private.pdf?mtime=1387204483 [consulté le 01 mai 2017].
- George, E (2011) *Da sociedade da informação » à « sociedade 2.0 »: o retorno dos discursos « míticos » sobre o papel das TICs nas sociedades*. In *Revista Líbero*, v. 14, n.27, p. 45-54.
- Gonçalo, R. (2016) *Moda Church – Performances e produções estéticas do vestir feminino em igrejas evangélicas cariocas*. In *Mosaico*, [En ligne], Vol. 7, n11, disponible <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/mosaico/issue/viewFile/3614/1496> [consulté le 25 mai 2017].
- Hobsbawm, E; Ranger, T. (1984) *Introdução. A invenção das tradições*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, Págs. 9-24.
- Hoover, S.M., Echchaibi N. (2014). *Media Theory and the « Third Spaces of Digital Religion »* [en ligne], disponible sur <https://thirdspacesblog.files.wordpress.com/2014/05/third-spaces-and-media-theory-essay-2-0.pdf> [consulté le 09 juin 2017].
- Jenkins, H. (2009) *Cultura da convergência : a colisão entre os velhos e novos meios de Comunicação*. 2a ed. São Paulo : Éditions Aleph.
- Landowski, E. *Sociosemiótica: uma teoria geral do sentido*. *Galaxia* (São Paulo, Online), n. 27, p. 10-20, jun. 2014. Disponible: <http://www.scielo.br/pdf/gal/v14n27/02.pdf> [consulté le 09 juin 2017].
- Lange, P. (2007) *Publicly Private and Privately Public: Social Networking on YouTube*. In *Journal of Computer-Mediated Communication* [En ligne], Volume 13, Issue 1 disponible <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00400.x/full> [consulté le 29 mai 2017].
- Larsen, E. (2001) « *CyberFaith: How Americans Pursue Religion Online* », Pew Research Center. [en ligne], disponible sur <http://www.pewinternet.org/2001/12/23/cyberfaith-how-americans-pursue-religion-online/> [consulté le 09 juin 2017].
- Lévy, P. (1998) *A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*. São Paulo. Ed. Loyola.
- Maisf, J. (1965) *Durkheim et le problème de l'étude sociologique de la religion*. In *Archives de sociologie des religions*, [En ligne], n°20, pp. 63-73; disponible http://www.persee.fr/doc/assr_0003-9659_1965_num_20_1_1786 [consulté le 20 mai 2017].
- Morin, E. *L'industrie culturelle*. In: *Communications*, 1, 1961. pp. 38-59.
- Nizard, S., Duteil-Ogata, F., Jonveaux, I., Kuczynsky, L. (dir.) (2015) « *Le religieux sur internet : textes et contextes* ». In : *Le religieux sur internet ; Introduction*. Paris : L'Harmattan.
- Oldenburg, R. (1999). *The Character of Third Places*. In *The Great Good Place: cafes, coffee shops, bookstores, bars, hair salons, and other hangouts at the heart of a community*, New York, Marlowe & Company, Chap. II.
- Palazzo, E. (2016) *Peindre, c'est prier : anthologie de la prière chrétienne*. Paris: Editions du Cerf, pp. 178.
- Palazzo, Eric. (2017) *La liturgie dévotionnelle et les cinq sens : les neuf modes de prière de saint Dominique* ». In *Perspectives médiévales* [En ligne], 38 | 2017, mis en ligne le 01 janvier 2017, disponible <http://peme.revues.org/12269> [consulté le 11 juin 2017].
- Refkalefsky, E. (2006) *Comunicação, Marketing e Religião: o mercado da fé no Brasil*. [En ligne]. In *Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Universidade de Brasília, – 6 a 9 de setembro de 2006*. Disponible

<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/sumos/R1891-2.pdf> [consulté le 29 mai 2017].

Schmoll, P. (2015) Communauté (s), in *Diversité Culturelle à l'Ère numérique*. Paris : la Documentation Française.

Santana, J.S (2011) *Entre bordados, cadernos e orações: a educação das meninas e as praticas educativas no Orfanato de São Cristovão e na Escola da Imaculada Conceição (1922-1969)* [En ligne], Dissertação (mestrado em Educação) Núcleo de Pós-graduação em Educação, Pró Reitoria de Educação e Pesquisa, Universidade Federal de Sergipe, 2011, 149 p. Disponible <https://bdtd.ufs.br/handle/tede/1756#preview-link0> [consulté le 01 juin 2017].

Séguy, J. (1979) *La Protestation implicite. Groupes et communautés charismatiques*. In: *Archives de sciences sociales des religions*, [En ligne], n°48/2. pp. 187-212; disponible sur http://www.persee.fr/doc/AsPDF/assr_0335-5985_1979_num_48_2_2195.pdf [consulté le 04 juin 2017].

Stevens; Evelyn. (1994) *Marianismo: The other face of Machismo*. In Yeager, G., *Latin América. In female et male in Latin América*, Oxford: Rowman & Littlefield Publishers, pp. 3-23.

Stolow, J. (2014) *Religião e Mídia: notas sobre pesquisas e direções futuras para um estudo interdisciplinar*. *Revue Religião e Sociedade*, [revue électronique], 34 (2) disponible sur : <http://www.scielo.br/pdf/rs/v34n2/0100-8587-rs-34-02-0146.pdf> [Consulté le 09 juin 2017].

Sumpf; J. (1965) *Durkheim et le problème de l'étude sociologique de la religion*. In: *Archives de sociologie des religions*, n°20, pp. 63-73.

Sylvie Mesure, « Communauté et société », *Sociologie* [En ligne], Les 100 mots de la sociologie, mis en ligne le 01 mars 2015. Disponible: <http://sociologie.revues.org/2574> [consulté le 09 juin 2017].

Vernant, J.P. (2009) *Mito e religião na Grécia Antiga*. São Paulo: Edição Umf Martins Fontes.

Villegas, J., Lemansky, J., Valdéz, C. (2009) *Marianismo and Machismo: The Portrayal of Females in Mexican TV Commercials*. In *Journal of International Consumer Marketing* [En ligne], Volume 22, pp. 327-346, Disponible sur <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/08961530.2010.505884?journalCode=wicm20> [consulté le 20 mai 2017].

Voye, L. (1996) *Femmes et Église catholique. Une histoire de contradictions et d'ambiguïtés / Women and the Catholic Church. A History of Contradictions*

and Ambiguities. In *Archives de sciences sociales des religions*, [En ligne], n°95. *La religion: frein à l'égalité hommes/femmes?* pp. 11-28, disponible http://www.persee.fr/doc/assr_0335-5985_1996_num_95_1_1034 [consulté le 20 mai 2017].

Willaime, J.P (1986). *Le pasteur comme type particulier de clerc*. In *Profession, pasteur: sociologie de la condition du clerc à la fin du XXe siècle*, éditions Labor et Fides, Genève. pp. 49-72.

Zaira, A (2000) *Marianismo como estereótipo da superioridade espiritual "da mulher": poder ou contrapoder das mulheres*. In *Masculino e feminino no imaginário católico : da Ação Católica à Teologia da Libertação*, São Paulo; Annablume, Cap II.

Notes

1) L'origine de l'élaboration des cahiers de prières au Brésil reste incertaine. Toutefois, une recherche menée par Josineide Siqueira de Santana intitulé *Entre Bordados, Cadernos e Orações (entre Broderie, cahiers et prières)* sur les pratiques éducationnelles auprès d'un orphelinat catholique pour les filles dans l'État de Sergipe a démontré que la production des cahiers de prières était courante durant le fonctionnement de l'institution entre les années 1922 et 1969.

2) Il s'agit de la youtubeuse Tainá Brito (7' :24" jusqu'à 7' :35").

3) À ce propos, Tainá Brito explique qu'elle a « établie dans sa vie [elle fait signe avec les mains et demande l'inclusion du 'hashtag'] #semdevocional-semredesocial, qui pourrait être traduit par « pas de dévotionnelle, pas de réseaux sociaux » (0' :12" jusqu'à 0' :22").

4) Disponible ici : <https://www.youtube.com/yt/press/fr/statistics.html> (consulté le 08/06/17).

5) Tönnies définit la *Gemeinschaft* comme une « communauté de sang, lieu et esprit ».

6) Le titre est une analogie à l'œuvre *Peindre c'est prier, Anthropologie de la prière chrétienne*. Dans le livre Éric Palazzo cherche à démontrer la connexion entre l'art et la vie religieuse au moyen âge. Il s'agit d'un ouvrage bâti à partir de l'analyse du manuscrit « Neuf manières de Prier de Saint Dominique » et les neuf illustrations qui l'accompagnent. Comme le propre titre l'indique, ce manuscrit indiquait de manière pédagogique comment la prière devrait être réalisée, selon les enseignements de Saint Dominique. Le caractère innovateur de cette perspective, nous semble-t-il, réside dans le fait que le corps ne produit

pas seulement le « sens » de la prière, mais il en fait partie. Cette production de sens fait recours aux sens humains, les plus essentiels de l'être humain : la vue, le toucher à travers la main de l'artiste ainsi que ses manifestations kinesthésiques. Peindre, selon l'auteur, faisait jadis partie intégrante de la prière et s'est au fil du temps laïcisé.

7) Bien que cela puisse sembler évident, il n'est jamais intitulé de rappeler qu'il est question des « personnes qui publient leurs propres vidéos sur le site YouTube ».

8) Il s'agit d'un « itinéraire spirituel » appelé « Chemin de la Paix » créée par une communauté Catholique Charismatique. Pour en savoir plus : <http://www.comshalom.org/fr/chemin-la-paix/> (en français).

9) En langue portugaise, l'on fait la distinction entre le masculin et le féminin du terme équivalent à celui du « merci » en français. En occurrence, le producteur de ce document est du genre féminin.

10) Sur leur site web, nous pouvons lire: *Bethel Church that facilitates and administrates the creation and exportation of worship songs, events, teachings, resources and technology et qui tient pour mission To carry the culture of Heaven to the nations through worship and to see the global expansion of God's Kingdom through His manifest presence. Bethel Music is a community of worshippers pursuing the presence of God and sharing life together.* Disponible ici : <https://bethelmusic.com/about/> (consulté le 10/06/17).

11) Le mot peut être traduit par « louage ». Il s'agit d'un équivalent pour musique gospel.

12) À ce propos le pape François dans *Evangelii Gaudium* s'adresse à tous les catholiques et les « invite chacun à être audacieux et créatif dans ce devoir de repenser les objectifs, les structures, le style et les méthodes évangélisatrices de leurs propres communautés ». Voir ici : http://w2.vatican.va/content/francesco/fr/apost_exhortations/documents/papa-francesco_esortazione-ap_20131124_evangelii-gaudium.html (consulté le 01/06/17).

13) À l'exception d'une des fidèles qui s'est déclarée catholique.

14) La recherche menée par Maria das Dore

Campos Machado auprès des femmes évangéliques pentecôtistes mariées et célibataires de la classe moyenne et populaire démontre clairement l'idée de la femme en tant que régénératrice de la société. Cette vision est encore plus marquée dans les cas où le compagnon ne s'est pas converti.

15) Il s'agit des feuilles de papier, utilisées pour l'écriture de lettres ou par fins de collectionnisme. Ce genre de papier a connu une notoriété conséquente au Brésil dans les années 1980 et années 1990 chez les jeunes filles brésiliennes. Avec des formats variés, l'on retrouvé des images qui représentaient des ballons, des cœurs, des animaux, des objets enfantins entre autres. La pratique d'échange de ces papiers entre les collectionneuses représentait en fait des véritables pratiques d'interaction et cohésion de la « communauté féminine ».

16) La recherche réalisée par l'anthropologue Rita Gonçalo intitulée *Fashion "Church": performances and aesthetic productions of women's dress in Rio evangelical churches* a révélé que les habits peuvent correspondre à un « outil légitimateur de la morale collective protestante ». L'habillement ne sert pas seulement à distinguer « ces femmes » des « autres femmes », mais aussi dans la construction d'une catégorie sociale à part entière. Le choix vestimentaire de cette catégorie serait basé à partir du texte de Timothée d'Éphèse (chapitre II, versées 9-15). Selon le texte, les femmes doivent être « vêtues d'une manière décente, avec pudeur et modestie, ne se parent ni de tresses, ni d'or, ni de perles, ni d'habits somptueux. L'auteur employé le terme « habits modestes » pour qualifier donc le vestimentaire des femmes évangéliques.

Kelber GONÇALVES, PhD student in information and communication sciences (Thesis directed by: David Douyère), François Rabelais University – University of Tours ; Research lab: (PRIM), Pratiques et ressources de l'information et des médiations, France.

Address: 60 Rue du Plat d'Étain, 37000 Tours, France.

E-mail: kelber.pereira@hotmail.com.