



**A telenovela como dispositivo de encantamento religioso: uma  
análise da novela Apocalipse<sup>1</sup>**  
**The soap opera as device of religious enchantment: an  
analysis of the soap opera Apocalipse**

Gilvan Ferreira de Araújo<sup>2</sup>

Paulo Henrique Basílio Santana<sup>3</sup>

**Palavras-chave:** religião; novela Apocalipse; mídia televisiva.

Nossa pesquisa se propõe a responder a seguinte questão: como a televisão é capaz de resignificar e representar um assunto tão controverso como a religião? Nosso objetivo geral é investigar de que maneira isso pode ser observado na telenovela Apocalipse (Vivian de Oliveira), levada ao ar pela Rede Record de Televisão. Nossa discussão teórica parte dos estudos culturais e os eventos que os influenciaram, do pós-modernismo e da influência do populismo na concepção de mercado até a constituição de audiência.

O objeto empírico (a novela Apocalipse) será observado sob duas categorias de análise: as principais representações bíblicas presentes na trama e a construção do anti-Cristo. Para isso, serão analisados os capítulos que marcaram as duas primeiras fases da novela que tem como temática central o fim do mundo. Como a história está sendo

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais. PPGCC-Unisinos. São Leopoldo, RS – 8 a 12 de abril de 2018.

<sup>2</sup> Doutor em Comunicação pela UFMG/Fafich e professor universitário nos cursos de graduação e pós-graduação. Autor do livro *Telejornalismo: da história às técnicas* (Intersaberes, 2017) e organizador do livro *Cogestão e Humanização na Saúde Pública* (Inijuí, 2009). [gilvan.araujo@uol.com.br](mailto:gilvan.araujo@uol.com.br)

<sup>3</sup> Mestrando em Comunicação na PUC Minas, na área de concentração Interações Midiatizadas, graduado em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pela mesma instituição. Integrante do GRIS (Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade da FAFICH/UFMG). [paulobasilio28@gmail.com](mailto:paulobasilio28@gmail.com)



## II Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

---

contada em três fases distintas marcadas por tragédias de repercussão mundial, selecionamos os capítulos que marcam a narrativa em suas duas primeiras fases: a primeira se passa em 1987 quando um tsunami atinge um resort na Ásia; a segunda mostra o ataque ao *World Trade Center*, em Nova York, em 2001.

Dos capítulos a serem analisados, um será o primeiro da trama, levado ao ar no dia 21 de novembro de 2017. Nele a família Gudman está de férias em um resort luxuoso da Ásia, quando uma tsunamise causa uma grande tragédia e provoca a morte dos pais dos irmãos judeus Alan (Mauricio Pitanga) e Uri Gudman (Murilo Gomes). Neste capítulo também é feita uma pequena apresentação de alguns personagens importantes para a trama. Já o outro capítulo a ser analisado marca o fim da segunda fase da novela. As cenas foram transmitidas no dia 08 de dezembro do ano passado. Além de mostrar o atentado às torres gêmeas, em Nova York, o episódio mostra o desenrolar da história de amor e vingança de Débora (Bia Seidl) sob a orientação de Stefano (Flávio Galvão). Além dos dois capítulos, será feita uma análise das principais representações bíblicas do Livro de Apocalipse presentes na novela, com especial atenção à peste, a fome, a guerra e a morte – que no livro bíblico representam os quatro calveiros do apocalipse, ou os acontecimentos que anunciam o fim do mundo. Também faremos uma análise do “anti-Cristo” Ricardo Marona (personagem de Sérgio Marone), com o objetivo de identificar os pontos interpretativos da obra ficcional com a narrativa bíblica.

Nosso entendimento é que a novela é um dispositivo midiático de caráter eminentemente cultural e, portanto, capaz de representações do cotidiano. Contudo, tal definição por si só não é suficiente para darmos conta do arcabouço teórico dos estudos culturais onde a narrativa ficcional se insere. Mesmo porque, os estudos culturais e midiáticos têm sofrido fortes e importantes interferências de pesquisadores o que os tornam sempre um campo aberto para novas reflexões.

Historicamente, podemos seguir a análise do culturalista inglês James Curran (2007), para quem os estudos culturais e midiáticos sofreram quatro influências



## II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

---

importantes: *i*) a afirmação do individualismo, motivada pelas revoluções culturais na Grã-Bretanha na década de 1960; *ii*) a vitória da democracia capitalista, simbolizada pela queda do Muro de Berlin, em 1989; *iii*) a ascensão das mulheres no trabalho e sua crescente participação na economia, especialmente após a década de 1970; e *iv*) a intensificação da globalização, que acabou por definir a mídia como um meio de interpretação de culturas construídas em diversas nações e não como algo dado.

Todos esses eventos, especialmente o que trata da globalização, fizeram com que a mídia se tornasse algo pluralista liberal, direcionando seu foco para a discussão de gênero e grupos étnicos e menos para as questões relacionadas às classes sociais.

O pós-modernismo nos estudos culturais de Stuart Hall, por exemplo, se baseava numa visão holística do relacionamento da mídia com a sociedade de maneira ampla. No final da década de 1980 essa visão ampliada deu lugar a olhares específicos motivados por um mundo em rápidas transformações. A natureza fragmentada do mundo social sob os olhares do filósofo francês Jean-François Lyotard (1984) e a crítica reflexiva das imagens de circulação em massa de Jean Baudrillard (1980) são dois exemplos da mudança do pensamento em torno dos estudos culturais e midiáticos no final do século XX.

O pensamento pós-modernista surgiu como uma névoa espessa sobre os pensamentos marxistas e feministas tradicionais. A figura chave desse movimento foi o historiador e filósofo francês Michel Foucault (2011), cujos estudos culturais e de mídia na década de 1990 enfraqueceram ainda mais as ideias totalizadoras e abrangentes do passado. “As pesquisas radicais dos estudos culturais, provenientes da Universidade de Birmingham nos anos 1970, culminaram um senso de urgência e comprometimento”, aponta Curran (2007), para quem o crescimento do pós-modernismo dentro dos estudos culturais representou uma mudança significativa.

Mas o pós-modernismo não evoluiu sozinho. Paralelo ao movimento surgiu o populismo, um movimento de celebração à capacidade e a autonomia do povo. Segundo um dos pioneiros dos estudos culturais de Birmingham, Paul Willis (1990: 158), “existe



## II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

---

hoje todo um novo meio social e cultural entremeando sentidos comuns e construções de identidade, que interrompe, deflete, divide ou transforma por fora ou estilhaça a comunicação”.

Para além desse contexto, o mercado seria a forma libertadora, fornecendo a matéria prima necessária para que as audiências possam trabalhar e transfigurar os produtos midiáticos. Mas para Willis (1990: 159), em sua visão mais crítica e de esquerda, “o encontro da coerência com a identidade acontece nos momentos de lazer não nos de trabalho, através de mercadorias, não de partidos políticos, privadamente, não coletivamente”.

A ideia é que as audiências são capazes de impor seu próprio sentido, uma vez que o conteúdo midiático é constantemente passível de interpretações divergentes. A ideia dos defensores do mercado é que ele é o principal ator na pressão sobre as mídias e faz com que elas se conectem às experiências sociais e preocupações das pessoas. Olhando por outro ângulo, chegamos à mesma conclusão, ou seja, os produtos midiáticos podem ter avaliações e interpretações diferentes e, por isso, precisam se adaptar às necessidades e expectativas de sua audiência.

Nesse sentido, podemos pensar que a novela Apocalipse foi produzida para ser um reforço de uma narrativa religiosa, de uma igreja<sup>4</sup> (ou seita, como definiu Max Weber, 2007) que vê em sua audiência não um público qualquer, mas o conjunto de seus fiéis. A ideia de mercado aqui se mistura, uma vez que a relação entre igreja e mídia é circulante e imbricada. Até onde o fiel é o telespectador ou até onde o telespectador é também um frequentador da Igreja Universal? Se os dois são os mesmos, não seria possível a Igreja Universal desempenhar um discurso diferente

---

<sup>4</sup> É do conhecimento público que a Rede Record de Televisão é de propriedade da Igreja Universal do Reino de Deus, uma seita evangélica cujo líder mundial é o “bispo” Edir Macedo.



## II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

---

daquele que é levado ao ar pela novela em seus cultos, afinal, se assim o fosse, a igreja estaria promovendo uma contradição de sua própria fala.

Se a questão da afinação do discurso está resolvida, então para que serve a novela? A resposta parece óbvia e é: a novela serve para reforçar o discurso da igreja. Através da encenação dos atores e com uma narrativa atual, além de cenários facilmente reconhecidos e familiarizados através da televisão, a novela *Apocalipse* vem encantar<sup>5</sup> seus fiéis telespectadores, entremeando o discurso religioso e ao mesmo tempo liberal com a vida cotidiana representada pelos seus personagens, onde a fortuna e a ética religiosa são os principais objetivos, assim como na igreja.

A ideia de Carran (2007: 36) é que “os estudos de mídia e cultura foram seduzidos pelo discurso do liberalismo de mercado no que diz respeito à omissão da classe social. Colaboram na perpetuação de mitos que mascaram privilégios herdados e que legitimam a desigualdade. Em *Apocalipse* a desigualdade social é legitimada e a riqueza é uma meta a ser atingida, assim como em alguns cultos da Igreja Universal que pregam a ascensão financeira como uma dádiva a ser alcançada pelo sacrifício e o trabalho árduo, além de doações para a instituição.

### Referências bibliográficas

BAUDRILLARD, Jean. *The implosion of meaning in the media and the implosion of social in the masses*. In: WOODWARD, Kathleen (ed.). **The myths of information**. Londres: Routledge, 1980.

CURRAN, James. *Teoria midiática e cultural na era do liberalismo de mercado*. Trad.: Bruno Campanella. In: **Novos rumos da cultura da mídia: indústrias, produtos,**

---

<sup>5</sup> Encantar aqui tem o sentido do fetiche, ou seja, objeto a que se atribui poder sobrenatural ou mágico e se presta culto.



## II Seminário Internacional de Pesquisas em **Mediatização** e Processos Sociais

---

audiências. FREIRE FILHO, João, HERSCHMANN, Micael. (orgs.). Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir**. 39ª ed. Petrópolis (RJ): Vozes, 2011.

LYOTARD, JEAN-François. **The postmodern condition**. Manchester: Manchester University Press, 1984.

WEBER, Max. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Ed. Martin Claret, 2007.

WILLIS, Paul. **Common culture**. Milton Keynes: Open University Press, 1990.