



Rejeição e sacralização das telenovelas pelos evangélicos: o caso de *Babilônia* e *Os Dez Mandamentos*¹ **Rejection and sacralization of telenovelas by the evangelics: the case of *Babilônia* and *Os Dez Mandamentos***

Priscila Chequer²

Palavras-chave: telenovela; cultura gospel; mediatização; Babilônia; Os Dez Mandamentos.

O presente artigo tem por objetivo geral refletir sobre a complexa relação entre os evangélicos e as telenovelas veiculadas nas emissoras de TV do Brasil, em especial a Rede Globo e a Rede Record. Nesse sentido, o presente trabalho traz uma discussão introdutória sobre a temática destacando as tensões, resistências e negociações que emergem do intercruzamento desse grupo religioso com o produto televisivo em questão. Essa análise preliminar foi realizada a partir dos discursos produzidos por dois sites de notícias gospel – Gospel Mais e Gospel Prime - sobre as telenovelas Babilônia (2015 – Rede Globo) e Os Dez Mandamentos (2015 – Rede Record). Nesse percurso, mostrou-se significativo discutir (1) o processo de aproximação do religioso evangélico com a mídia e a configuração contemporânea desse segmento a partir dos conceitos de mediatização e de cultura gospel; (2) o gênero telenovela, destacando sua importância na sociedade e no imaginário brasileiro, bem como suas adaptações às demandas e temas que emergem de sua relação com a audiência; (3) para, por fim, avançar para uma

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

² Doutoranda no Programa de Pós Graduação em Comunicação e Culturas Contemporâneas (UFBA), Mestre em Cultura e Sociedade (UFBA), graduada em Comunicação Social (UESC). Pesquisadora do Centro de Estudo e Pesquisa em Análise do Discurso (CEPAD - UFBA). priscilachequer@gmail.com



II Seminário Internacional de Pesquisas em Midiatização e Processos Sociais

discussão que contemple as complexidades dessa relação. Esse trabalho faz parte de um universo mais amplo de pesquisa de doutorado que busca compreender a construção sociodiscursiva dos evangélicos sobre as telenovelas. Na pesquisa proposta busca-se identificar, através dos sites de notícias gospel, os elementos sociorreligiosos para compreender a construção de sentidos desse grupo social sobre as novelas veiculadas no país. Partindo do pressuposto teórico de que as produções de sentido são concebidas no seio do tecido social (VERÓN, 1980), consideramos que a religião é um elemento constitutivo da dimensão comunitária e, portanto, fundamental para entender as relações entre um conjunto de indivíduos e os produtos da mídia. No caso da telenovela, suas características tornam cada vez mais relevantes a realização de estudos que contemplem uma investigação sobre sua relação com grupos sociais específicos, como, por exemplo, o religioso evangélico. Por ser um produto cultural conectado com matrizes populares e com o caráter de obra aberta, ou seja, que é escrita enquanto está sendo produzida e por isso vulnerável a alterações, a telenovela brasileira possui o dialogismo como principal característica de sua conexão com a audiência. A relação dialógica que estabelece com o público permite que as produções de ficção televisiva nacionais estejam suscetíveis ao que acontece ao seu redor, absorvendo as mais variadas demandas sociais que emergem do país. Para Martín-Barbero (2004), esse diálogo se estabelece principalmente a partir do relato que os telespectadores elaboram sobre o que vêem na TV, na forma como se reconhecem, nos sentidos produzidos a partir das narrativas e na conversação diária com outros sujeitos, como afirma o autor: “a telenovela fala menos a partir do seu texto do que a partir do intertexto que suas leituras formam” (p. 151). Nesse sentido, considerando a importância dos grupos sociais para as telenovelas, esse artigo busca realizar uma discussão introdutória sobre a relação entre os religiosos evangélicos e esse produto televisivo. Busca-se compreender os discursos produzidos sobre as recentes produções Babilônia e Os Dez Mandamentos a partir de uma perspectiva que contemple as transformações do posicionamento do fiel diante da telenovela que vai da rejeição à negociação. Dessa forma, para o entendimento dessa complexa relação, propomos um



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

estudo partindo de dois eixos centrais: 1. o contexto evangélico brasileiro atual que inclui as mutações religiosas na contemporaneidade que, através do processo de mediação, possibilitaram a aproximação do evangélico com a televisão (tanto no âmbito da produção como da audiência) e a emergência de uma cultura gospel conectada com a cultura do consumo e com a cultura das mídias; 2. as características do gênero telenovela que ao longo dos anos firmou sua importância como produto cultural significativo para a conformação do imaginário coletivo na sociedade brasileira. Esses dois eixos formam a base para a compreensão da relação entre os evangélicos e as telenovelas e para a realização do esforço de elaborar um panorama que apresente, de forma geral, um delineamento introdutório das tensões, rejeições e negociações nesse processo de produção de sentidos. No início do século XX em sua clássica pesquisa sobre as características do protestantismo, Weber (2006) assinalou a posição adversa e desconfiada desse grupo de fiéis em relação a aspectos da cultura que não apresentassem valores condizentes com seus dogmas. Na contemporaneidade, relativizando a observação do autor, esse grupo religioso vem estabelecendo um diálogo, cada vez mais crescente, com elementos culturais que, originalmente, não correspondem às suas matrizes de fé. Em uma constante apropriação, alguns produtos da cultura secular vêm sendo utilizados e sacralizados com destaque para a crescente aproximação com os meios de comunicação a partir de um processo de mediação que, nas últimas décadas, vem se intensificando nas sociedades modernas (FAUSTO NETO, 2008; HJARVARD, 2014, LUNDBY, 2014). Na atualidade, pensar a religião mediada exige um olhar atento para observar os contornos específicos dos meios de comunicação como agentes de mudança das novas religiosidades. Para Hepp (2014), analisar empiricamente a mediação implica em entender como esse processo se concretiza nas diversas instituições sociais. Nesse sentido, a religião é entendida como um mundo mediado, um fragmento do tecido social, um recorte da realidade que se transforma a partir do entrelaçamento com a comunicação midiática. No caso das igrejas evangélicas, a relação com os meios provocou mudanças intensas que alteraram



II Seminário Internacional de Pesquisas em Mídia e Processos Sociais

as lógicas e os processos de uma religião que vem se transformando ao longo das décadas. Podemos observar que no Brasil as lógicas de processos sociais da religião associadas às lógicas da mídia fomentaram um modo específico de vivência religiosa que Cunha (2004; 2008; 2017) denomina como cultura gospel. A cultura gospel é o resultado da confluência de elementos distintos que emergem da relação consumo – entretenimento - religião, sendo assim, não pode ser considerada como um aspecto exclusivo de uma igreja ou denominação. Segundo Cunha (2004) ela abarca o conjunto das igrejas evangélicas no Brasil se consolidando como um estilo de vida que emerge de mudanças na configuração sócio-histórica do protestantismo e da necessidade de sua sobrevivência no país: “ele [o fenômeno gospel] é fruto das transformações no jeito de ser protestante no Brasil reveladas nas últimas duas décadas do século XX e primeira do século XXI, entrecruzadas com a busca de preservação dos traços que deram forma a esse modo de ser em suas origens no Brasil” (CUNHA, 2004, p. 111). Assim, o fenômeno gospel no país assumiu características específicas de uma religiosidade midiática, como, por exemplo: a emergência do evangélico como um segmento de mercado; o consumo como mediador entre o fiel e o Sagrado; o afrouxamento do sectarismo; a integração e apropriação de elementos da cultura laica; a relativização da restrição dos costumes através da abertura para a diversão e o entretenimento. Ao confrontar os elementos socioreligiosos da cultura gospel com as lógicas de produção das telenovelas esperamos ser possível traçar as possíveis tensões e negociações que complexificam essa relação. A busca por representatividade, a luta contra o pecado e elementos profanos, intolerância religiosa, repressão sexual, a sacralização de elementos da cultura secular, entre outros, emergem no imaginário cristão e são constantemente negociados nos sentidos produzidos sobre as telenovelas. Sendo assim, pretendemos avançar no reconhecimento de aspectos importantes que permeiam essa relação e na sinalização de questões que se apresentaram indicativas para uma futura investigação mais detalhada na tese.



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

Referências bibliográficas

BORELLI, S. **Telenovelas Brasileiras: balanços e perspectivas**. São Paulo Perspec., São Paulo, vol.15, no.3, Jul 2001, p.29-36. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/spp/v15n3/a05v15n3>> Acesso em: 22 nov 2013.

BRAGA, J. L. **Lógicas da mídia, lógicas da mediatização?** In: FAUSTO NETO, A. [et. al.] **Relatos de investigaciones sobre mediatizaciones**. 1º ed., Rosário: UNR Editora, 2015. p. 15 – 32

COSTA, M. C. C. **A milésima segunda noite**. Da narrativa mítica à telenovela, análise estética e sociológica. São Paulo: Annablume, 2000.

CUNHA, M. N. **Vinho novo em odres velhos: um olhar comunicacional sobre a explosão gospel no cenário religioso evangélico no Brasil**. 347 f. 2004. Tese (Doutorado) – Escola de Comunicação e Artes, USP – São Paulo, 2004.

_____, M. N. **A Serviço do Rei: uma análise dos discursos cristãos mediatizados**. REVER – Revista de Estudos da Religião, set., 2008. p. 46 – 68.

_____, M. N. **Do púlpito às mídias sociais: evangélicos na política e ativismo social**. 1 ed. Curitiba: Editora Prismas, 2017

FAUSTO NETO, A. **Fragmentos de uma analítica da mediatização**. Revista Matrizes, n. 02, abril, 2008. p. 89 – 105

FAUSTO NETO, A. **AD. Rumos de uma nova analítica**. In: FERREIRA, G. M.; SAMPAIO, A. O. (Org.) **Mídia, discurso e sentido**. Salvador: Edufba, 2011. p. 27-42

HEPP, A. **As configurações comunicativas de mundos mediatizados: pesquisa da mediatização na era da mediação de tudo**. Revista Matrizes, Jan – Jun, nº 01, Rio de Janeiro, 2014. p. 45-64.

HJARVARD, S. **A mediatização da cultura e da sociedade**. São Leopoldo: Ed. UNISINOS, 2014.

KANYAT, L; NOVAES, A. **Telenovela bíblica: Ficção televisiva e cultura gospel brasileira**. XI Conferência Brasileira de Comunicação Eclesical (Eclesiocom), Engenheiro Coelho, SP, 2016.

LOPES, M. I. V. de. **Telenovela Brasileira: uma narrativa sobre a nação**. Comunicação e Educação. São Paulo, (26): 17 a 34 de jan./abr. 2003. Disponível em:



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

<<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/comeduc/article/viewFile/4195/3934>
>Acesso em: 02 out 2012.

LUNDBY, K. (ED. . **Mediatization of communication**. Berlin/Boston: Walter de Gruyter GmbH, 2014.

MARTÍN-BARBERO, J. **Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva**. 2 ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004.

MARTINO, L. M. S. **Mídia e Poder Simbólico: um ensaio sobre comunicação e campo religioso**. São Paulo: Paulus, 2003.

MARTINO, L. M. S. **Mediação e mediatização da religião em suas articulações teóricas e práticas: um levantamento de hipóteses e problemáticas**. In: JÚNIOR, J. J.; MATTOS, M. A.; JACKS, N. (Coord.). **Mediação e Mediatização**. Salvador: Edufba; Brasília: COMPOS, 2012. p. 219 – 244

VERÓN, E. **A Produção de sentido**. São Paulo: Cultrix, Ed. da Universidade de São Paulo, 1980.

_____, E. **Mediatização, novos regimes de significação, novas práticas analíticas?** In: FERREIRA, G. M.; SAMPAIO, A. O. (Org.) **Mídia, discurso e sentido**. Salvador: Edufba, 2011. p. 17 - 25

_____, E. **La Semiosis Social, 2: ideas, momentos, interpretantes**. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Paidós, 2013.

_____, E. **Teoria da mediatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências**. Revista Matrizes, Jan – Jun, n° 01, Rio de Janeiro, 2014. p. 13-19.

WEBER, M. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Martin Claret, 2006.