

# **A HIBRIDIZAÇÃO E A CONVERGÊNCIA ENTRE O CAMPO MIDIÁTICO E O RELIGIOSO: SINTOMAS DE PÓS-MODERNIDADE**

Robéria Nádia Araujo Nascimento

Doutora em Educação. Professora do Departamento de Educação/UEPB

Emilson Ferreira Garcia Junior

Mestrando em Ciência da Informação/UFPB

## **Resumo:**

A teledramaturgia é um poderoso dispositivo de mediação comunicacional que maximiza as possibilidades de interface entre esses campos, que dialogam e se enlaçam. Pensar o seu papel no enfoque de novas práticas de religiosidade e dos novos modos de fé mostra-se uma perspectiva de investigação relevante porque o impacto da ficção televisiva não termina no último capítulo. Sua mensagem transcende, continua em circulação, apropriação e interação gerando práticas simbólicas no espaço social, constituindo um ambiente privilegiado para a resignificação dos sentidos da religiosidade em tempos de midiatização acelerada. Nessa perspectiva, o objetivo desse trabalho é analisar esse fenômeno contemporâneo, bem como perscrutar seus significados na sociedade da informação.

**Palavras-chave:** Teledramaturgia. Interface. Religiosidade. Ficção televisiva. Mediação.

## **Introdução**

A pesquisa *Em nome de uma fé plural: a diversidade religiosa do programa Sagrado da Rede Globo* (PIBIC 2011/2012) apontou como resultado mais expressivo o fato incontestável de que hoje a mídia exerce papel de confluência com diversas denominações doutrinárias, criando uma nova “indústria cultural” de matriz religiosa. A percepção desse contexto originou a intenção investigativa do momento presente, que se volta para a teledramaturgia da Rede Globo. Analisar o cruzamento de sentidos entre mídia e religiosidade implica considerar que as narrativas televisivas espelham o processo da *midiatização* contemporânea, marcado pelo caráter de interpenetração das expressões religiosas que se deixam afetar pela lógica dos produtos midiáticos. Assim, torna-se útil sublinhar que esses elos temáticos dialogam, se atravessam, se enlaçam, emergindo de modo recorrente nos enredos da teledramaturgia brasileira, numa imbricação tão expressiva que se sobrepõe aos traços de especificidades de uma prática determinada (FAUSTO NETO, 2011).

Com esse fio condutor, interessa-nos conhecer como ocorrem as aproximações e apropriações entre esses campos considerando as complexas dimensões de suas discursividades<sup>1</sup>. Além de ampliar os estudos iniciados a proposta reflete, sobretudo, as interlocuções realizadas pelo grupo do DECOM/UEPB *Comunicação, cultura e desenvolvimento*, liderado pelo Prof. Dr. Luiz Custódio da Silva, do qual participamos; e os desdobramentos analíticos da nossa linha de pesquisa Mídia e Estudos Culturais.

Nesse sentido, o objetivo desse artigo é discutir acerca das relações entre mídia e religiosidade na televisão, especificamente na teledramaturgia, com o intuito de entender os seus efeitos de sentido, intencionalidades e práticas de propagação da fé, em um contexto social marcada pela influência das novas mídias e reconfigurada continuamente pelas novas sociabilidades.

### **A nova dinâmica televisiva na era da informação: mediação religiosa**

A nossa proposta se insere no campo epistemológico dos Estudos Culturais, uma vez que os cruzamentos midiáticos interferem na globalização social, produzindo desdobramentos nas interações da esfera pública, influenciando posturas e hábitos. Por isso, segundo Lopes (2009) a telenovela é um produto estético e cultural que expressa a identidade do país, por combinar, em suas clivagens temáticas, o arcaico e o moderno, fundindo dispositivos narrativos anacrônicos e imaginários, “tendo sua história fortemente marcada pela dialética nacionalidade-mediatização.

Trata-se de uma narrativa e de um *recurso comunicativo* que conseguem atuar nas representações culturais” (LOPES, 2009, p. 22). Logo, pretendemos analisar esses produtos ficcionais nas suas relações com o espaço social, situando-os como vetores ativos de produção e comunicação culturais, salientando suas apropriações em torno da tematização da religiosidade. Para Johnson (2006), os Estudos Culturais apontam os eixos de subjetivação dos fenômenos, uma vez que recriam experiências socialmente localizadas e traduzidas mediante diversos dispositivos. Os produtos ficcionais são assim poderosos veículos de narração histórica sob o disfarce do entretenimento. Se tratarmos as telenovelas não como *arquétipos*, mas como construções *historicamente* produzidas, abre-se uma gama de

---

<sup>1</sup> Essa denominação surge aqui no sentido de expressões, manifestações, enunciações linguísticas, que podem ser registradas nas tramas e diálogos da teledramaturgia. Portanto, não faz referência à Análise do Discurso enquanto perspectiva teórico-metodológica.

possibilidades para um estudo produtivo de suas narrativas, “que se apresentam na conversação diária, nos futuros imaginados e nas projeções cotidianas de todos nós, bem como na construção –através de memórias e histórias- de identidades individuais e coletivas” (JOHNSON, 2006, p. 69).

A telenovela é um gênero ficcional que surgiu em 1963, definido como uma narrativa de serialidade longa, exibida diariamente, possuindo de 150 a 200 capítulos e permanecendo no ar por cerca de oito meses. A Rede Globo incorporou os modelos das emissoras pioneiras no gênero: a Tupi (1964-1980) e a Manchete (1984-1998), tornando-se a maior emissora de teledramaturgia transformando o país num celeiro de arte, criatividade e talento, reconhecido no mundo através da exportação de suas tramas folhetinescas, “orientadas pelos arquétipos e símbolos que estruturam, atualizam e dinamizam o imaginário social” (PAIVA, 2010, p. 151).

Na conjuntura de visibilidade midiática vislumbramos que as relações entre a TV e o campo religioso são sintomáticas, pois as novas formas de pensar e fazer religião sofrem mutações vertiginosas modificando os agenciamentos sociais que as permeiam. As lógicas midiático-televisivas realizam operações sutis e estratégicas nas apropriações dos conteúdos de caráter religioso. Não são *apenas* as diversas práticas que subordinam a mídia às suas dinâmicas; são os processos midiáticos que, voluntariamente, incorporam as linguagens de diversas vertentes para fomentar laços de aproximação com as instâncias religiosas. Um contexto plural que favorece a migração desse universo para telenovelas, filmes, documentários, programas jornalísticos, revistas especializadas e mídias digitais, constituindo a complexidade de análise desses objetos e ampliando o desafio de empreitadas científicas nessa direção. Institui-se, deste modo, o papel poderoso dos dispositivos de mediação comunicacional num novo coletivo de influência maximizando as possibilidades de interface entre esses campos, misturando-os de tal maneira que o nosso cotidiano reflete seus indícios e implicações.

Segundo tal raciocínio, percebemos que as telenovelas apresentam nas suas tramas *expressões* de religiosidade (livres apropriações discursivas de matrizes religiosas, produzindo diretas ou indiretas referências nessa direção), uma vez que *não* funcionam (nem poderiam) como instâncias representativas (legítimas) do âmbito religioso.

Estas são entendidas aqui como instâncias narrativas e interativas de produção, circulação e geração de múltiplos sentidos, a partir da ressonância de sua significativa audiência. Nesses termos, convém salientar que a visibilidade da ficção independe de

temporalidade, uma vez que as tramas se mantêm vivas no imaginário do público em razão das mensagens que evocam.

À luz dessas considerações, a proposta se insere no campo epistemológico dos Estudos Culturais, uma vez que os cruzamentos midiáticos interferem na globalização social, produzindo desdobramentos nas sociabilidades e interações da esfera pública, influenciando posturas e hábitos.

Logo, produtos ficcionais nas suas relações com o espaço social, situando-os como vetores ativos de produção e comunicação culturais, salientando suas apropriações em torno da tematização da religiosidade. Para Johnson (2006), os Estudos Culturais apontam os eixos de subjetivação dos fenômenos, uma vez que recriam experiências socialmente localizadas e traduzidas mediante diversos dispositivos. Os produtos ficcionais são assim poderosos veículos de narração histórica sob o disfarce do entretenimento.

#### **A teledramaturgia e suas relações de sentido:**

Parece-nos, assim, que estudar a teledramaturgia como campo de interlocução para o debate das ideias de religiosidade significa “olhar uma janela” que exhibe diversos aspectos da sociedade brasileira, pois novas dinâmicas de sociabilidade são tecidas a partir da resignificação dessas narrativas. Os seres imaginados promovem modalidades de identificação e experiências de gratificação coletivas, fomentando agenciamentos de sentidos. Isso se deve principalmente à qualidade técnica, estética e à destreza dos enredos, que agregam apropriações de religiosidade, expressões multiformes dos contextos populares, bem como moda, linguagem, sonoridades, ritmos, memórias.

Convém, então, conhecer essas tramas e perceber como se dá a construção das negociações de sentidos entre os telespectadores; quais as formas de identificação e de intervenção na realidade que instigam quando tematizam discussões voltadas à religiosidade. A concepção de produto ficcional aqui utilizada incorpora o pensamento de Jost (2007), numa referência ao mundo real e seus elementos metafóricos. Em outros termos, implica considerar que a ficção não representa uma mentira, mas traduz um olhar específico sobre a realidade. Ou seja: o real preexiste ao mundo inventado pelo escritor-dramaturgo e nada impede que ele se aproprie da realidade cotidiana para contar fatos imaginados. “Por isso, em toda ficção sempre há uma história verdadeira. E em toda história verdadeira há elementos de ficção, que se unem para garantir verossimilhança ao que é narrado” (JOST, 2007, p. 114).

A hibridização e a convergência entre os campos midiático e religioso encontram respaldo no pensamento de Canclini (2006), ao expor que processos socioculturais “que existiam de forma separada, hoje se combinam para gerar novas estruturas, objetos e práticas” (CANCLINI, 2006, p. 19). Desse modo, a teledramaturgia produz entrelaçamentos de sentidos em narrativas que se interpenetram, num trânsito criativo de formulação de novos conceitos e possibilidades interpretativas. Hall (2004) compartilha desse ponto de vista, dizendo que a polissemia da TV pode provocar movimentos identitários, influenciando ideias e pertencimentos. Assim, torna-se válido entender como as telenovelas articulam noções de religiosidade em diálogo com seus telespectadores. Que artifícios mobilizam para instigar a compreensão dessas mensagens? Com quais mecanismos produzem sensibilidades coletivas sob o viés da espiritualidade?

Quais seriam, então, as funções desse gênero ficcional? Para Gordillo (2010), a ficção, além de propiciar entretenimento, apresenta as funções de: *fabulização*, numa tentativa de atrair as pessoas para outros contextos, mediante a ação de personagens, tempos e espaços (por modos de representação popular, artística, midiática, trazendo narrativas místicas, românticas, policiais, políticas); socializadora, ao unir grupos sociais em torno de temáticas comuns, gerando adesões, gostos e preferências; *identitária*, uma vez que a ficção televisiva surge como intérprete da vida social, compartilhando os significados coletivos e expressando as mutações culturais; *disseminadora de modelos*, ao organizar situações e personagens familiares, convertendo os estereótipos em sugestões de comportamento social (a exemplo de vocabulário, hábitos de vestuário, gostos musicais); *formativa*, no sentido de que algumas tramas expõem mensagens educativas, considerando-se que alcançam parcelas desfavorecidas da população, incluindo os sem instrução escolar, permitindo a absorção de conteúdos pedagógicos.

De acordo com a autora, as temáticas tecem relações com o cotidiano social no sentido *filogenético*: reproduzem desdobramentos e hibridações que suscitam *novos acontecimentos* mediante o trabalho ficcional. Assim, investem nos processos narrativos e imagéticos de subjetivação de pensamentos, legitimando o processo de *mediação*, ao assumir a tarefa intencional de publicizar diversas práticas sociais, incluindo-se as que remetem ao sentido religioso. Esse aspecto reafirma a premissa de que a cultura se faz e se refaz no cotidiano, constituindo um fenômeno partilhável e assimilável.

### **Concepções de identidade e as reconstruções imagéticas**

Corroborando nosso pensamento, Lopes (2009) defende que as telenovelas fomentam uma cultura de ecos, porque tão importante quanto o ritual diário de assistir aos capítulos é a informação e os comentários que atingem a todos do espaço social, mesmo àqueles que só de vez em quando as assistem. As pessoas, independentemente de classe social, sexo, idade ou região participam da circulação dos sentidos das tramas, em inúmeros circuitos onde estes são reelaborados e ressemantizados. “A novela é tão vista quanto falada, pois seus significados resultam tanto da narrativa audiovisual produzida pela televisão quanto da interminável conversação produzida pelas pessoas” (LOPES, 2009, p. 29).

Como muitos estudos<sup>2</sup> evidenciam, as telenovelas começam a ser comentadas durante a sua assistência. Conversa-se sobre elas em casa e nos encontros sociais. As revistas especializadas em TV se realimentam de seus dramas e contextos. Os jornais se apropriam de suas vinculações, produzindo reportagens. As novelas fomentam pesquisas de opinião, inspiram blogs, originam programas de rádio ou TV. Atrações humorísticas repercutem as tramas. Trilhas sonoras são especialmente compostas para os personagens atingindo os primeiros lugares na radiofonia. Atores migram para os espaços publicitários, mantendo-se ativos na cena midiática. Há um poderoso núcleo de *merchandising comercial e social*<sup>3</sup> de cosméticos, carros, lojas, bancos e de campanhas públicas que tematizam questões oportunas para o conhecimento coletivo.

Por essas razões, Lopes (2009) enfatiza que “o Brasil se vê nas telenovelas”, e estas são amplos espaços de problematização social, transitando das dificuldades privadas das relações humanas e familiares aos fatos públicos e políticos. Trata-se, nessa configuração, de um gênero ficcional que combina com versatilidade convenções do formato documentário

---

<sup>2</sup> As características da telenovela, enquanto gênero ficcional de relevância, popularidade e repercussão, podem ser conhecidas através das recentes pesquisas de Lopes (2009), e também dos trabalhos de Ortiz, Borelli e Ramos Ortiz (1989), Campedelli (1985) e Fernandes (1994). Tais estudos se debruçam sobre as vinculações dessa problemática com outros campos de análise, a exemplo da Sociologia e Antropologia Cultural. A ficção também faz parte das pesquisas de Mousinho (2012), destacando-se o recente título *A sombra que me move: ensaios sobre ficção e produção de sentido*. No campo da comunicação, não conhecemos estudos ligados à esfera da religiosidade, daí a nossa intenção de enveredar nesse caminho teórico aprofundando o estudo desses autores.

<sup>3</sup> A perspectiva comercial implica a divulgação de marcas nas novelas, sobretudo nas do horário nobre da Rede Globo. O *merchandising social* pode ser definido como um recurso comunicativo que consiste na veiculação de mensagens socioeducativas explícitas, com conteúdos ficcionais ou reais, com propósitos de despertar a atenção dos telespectadores. A partir da década de 1990, a Rede Globo sistematizou e institucionalizou o seu uso, tornando-se uma marca da ficção nacional seguida pelas emissoras concorrentes, que hoje também vendem os espaços de suas tramas (LOPES, 2009). Exemplo típico dessa categoria foi a trama *Laços de Família* (2000), na qual se propagava a necessidade de campanhas de doação de medula óssea, inspiradas na personagem *Camila*, que sofria de leucemia, vivida pela atriz Carolina Dickman. Até hoje, a música que remetia à personagem é icônica, sobretudo na cena do dramático corte dos seus cabelos, no início do tratamento. Um registro emblemático da teledramaturgia que emocionou o país por retratar a angústia dos pacientes de câncer.

com o melodrama (LOPES, 2009). Nesse ambiente, as temáticas da esfera religiosa repercutem de modo significativo, produzindo acordos de cumplicidade com a audiência, sobretudo a partir da visibilidade que os conceitos religiosos adquirem nas tramas. Captura-se, dessa forma, a atenção de múltiplos telespectadores pertencentes a diversos credos ou mesmo sem pertencimento religioso, enredando as malhas do processo da midiaticização. Sob essa ótica, a globalização da religião se efetiva e se torna promissora para o surgimento de novos imaginários coletivos capazes de inspirar diferentes constituições identitárias dos sujeitos (HALL, 2004).

### **Conclusões**

Diante desse cenário, como ficar indiferente às telenovelas enquanto instrumento poderoso de influência? Esse questionamento nos parece oportuno porque há um compartilhamento de subjetivação, à medida que as vertentes mostradas na ficção repercutem no espaço social, tornando-se culturais e reinventadas. Então, que sentidos de religiosidade podem ser percebidos a partir da realidade simbólica das telenovelas? Jost (2007) argumenta que “o jogo das tramas é demasiado *astucioso* para ser apenas informação ou entretenimento” (JOST, 2007, p. 17).

Por isso, estudar as telenovelas também significa compreender as razões que levam um programa, inicialmente destinado à classe C, em sua maioria feminina, a dominar os horários nobres da maior emissora do país, convertendo-se num fórum de debates sobre as peculiaridades da nação com uma audiência plural esmagadora. Para Lopes (2009) “a telenovela é um exemplo único de como um sistema de mídia televisiva contribui para a formação de um espaço público que visa a construção da cidadania” (LOPES, 2009, p. 32). Em razão do exposto, cremos que este projeto de pesquisa possua um potencial relevante para a discussão das confluências temáticas pretendidas na teledramaturgia da Globo.

Trata-se, nessa configuração, de um gênero ficcional que combina com versatilidade convenções do formato documentário com o melodrama (LOPES, 2009). Nesse ambiente, as temáticas da esfera religiosa repercutem de modo significativo, produzindo acordos de cumplicidade com a audiência, sobretudo a partir da visibilidade que os conceitos religiosos adquirem nas tramas. Captura-se, dessa forma, a atenção de múltiplos telespectadores pertencentes a diversos credos ou mesmo sem pertencimento religioso, enredando as malhas do processo da midiaticização. Sob essa ótica, a globalização da religião se efetiva e se torna

promissora para o surgimento de novos imaginários coletivos capazes de inspirar diferentes constituições identitárias dos sujeitos (HALL, 2004).

Nesse sentido, as telenovelas são narrativas móveis, integrais e completas, com início, meio e fim, cujas unidades textuais de observação serão recortadas de acordo com os propósitos da pesquisa. Para tanto, as cenas e as falas serão descritas, bem como a *trilha sonora* e os recursos imagéticos mobilizados nessas enunciações<sup>4</sup>. Conforme salienta Sodré (2008), as trilhas são poderosos elementos de comunicação e atreladas à narrativa oferecem *conteúdo* ao tempo numa sequência específica. Permitem inferir o ritmo da ação: acompanham ou antecipam os acontecimentos, ambientando o telespectador em determinados climas, permanecendo na memória do público mesmo após o final das tramas. Neste projeto, *texto* indica a unidade de análise materializada na ficção, uma vez que pela ação social da linguagem, as frases/palavras têm valor semântico e significativo.

. Assim, a enunciação ficcional não é aleatória, mas decorrente do entorno das situações histórico-temporais que compõem a sociedade, engendrando com ela uma espécie de contrato cognitivo e simbólico, que influencia a esfera coletiva. Além desses aspectos, a análise desse contexto se torna oportuna para a UEPB, pois os congressos<sup>5</sup> sinalizam a acolhida e o interesse da comunidade acadêmica acerca desses temas. Pensar o papel midiático na elaboração de novas formas de religiosidade e dos novos modos de se fazer religião tem sido imperativo nas vivências dos encontros científicos. Considerando o poder de atração das telenovelas, a proposta se mostra relevante porque o impacto de uma trama não termina no último capítulo. Sua mensagem transcende, continua em circulação, apropriação e

---

<sup>4</sup> As **enunciações discursivas** são os modos de dizer particulares de cada personagem, suas estratégias de comunicação, considerando as matrizes linguísticas que os caracterizam. Os processos enunciativos representam assim as formas de anunciabilidade das tramas permeadas pelas intencionalidades dialógicas. São as enunciações que compartilham os sentidos e estabelecem com o público os elos desejáveis entre produção/recepção de mensagens. São elas também que conduzem o receptor para as tematizações das obras ficcionais. Ou seja, ao recebê-las, o público as identifica com as tramas, atraindo-se pelas suas referências discursivas. Os *enunciados*, portanto, se referem aos ditos da comunicação.

<sup>5</sup> Desde que iniciamos os estudos em torno do vínculo mídia/religiosidade, participamos e orientamos trabalhos de alunos em congressos nacionais como o Intercom e a ABHR (Associação Brasileira de História da Religião), bem como eventos internacionais, a exemplo do Congresso Internacional em Ciências da Religião, em 2011. No Congresso de Iniciação Científica da UEPB 2010/2011, nossa pesquisa sobre a IURD foi premiada, o que nos indica o acerto do caminho da investigação temática. Este ano, mais uma vez, estaremos representando a UEPB em Goiânia, no VI Congresso Internacional em Ciências da Religião, coordenando o **GT 12- Expressões de Espiritualidade nas Produções Midiáticas**, de 28 a 30 de setembro de 2012, inspirado na presente proposta de pesquisa. Assim, o estudo da temática tem-nos possibilitado significativas contribuições científicas e ricas oportunidades de diálogo acadêmico que notabilizam a UEPB nas discussões desse campo epistemológico e no cenário internacional (ementa do GT disponível em [www.pucgoias.edu.br](http://www.pucgoias.edu.br)).



interação gerando novas práticas simbólicas (GASPARETTO, 2011), constituindo um ambiente privilegiado para a ressignificação dos sentidos da religiosidade.

## Referências

CANCLINI, Nestor García. **Culturas híbridas**. São Paulo: Edusp, 2006.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

FAUSTO NETO, Antonio (org.) **Mediatização da ciência: cenários, desafios, possibilidades**. Campina Grande: EDUEPB, 2011.

GASPARETTO, Paulo Roque. **Mediatização da religião**. São Paulo: Paulinas, 2011.

GORDILLO, Inmaculada. **Manual de narrativa televisiva**. Madrid: Editorial Sintesis, 2010.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

JOHNSON, Richard. O que é, afinal, Estudos Culturais? In: JOHNSON, Richard; ESCOSTEGUY, Ana Carolina; SCHULMAN (Orgs). **O que é, afinal, Estudos Culturais?** Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

JOST, François. **Compreender a televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

PAIVA, Cláudio Cardoso. **Dionísio na Idade Mídia: estética e sociedade na ficção televisiva seriada**. João Pessoa: Editora da UFPB, 2010.

SODRÉ, Muniz. **A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento**. Petrópolis: Vozes, 2008.

