



Magia Televisiva e Religião: atmosfera da sedução

Robson Terra *

RESUMO

O artigo pretende traçar o paralelo entre a sedução da TV Globo e a utilização dos signos e dos ritos católicos que foram transformados após o Concílio Vaticano II. A expansão da Globo aconteceu no momento que a sociedade brasileira amargava a frustração com os novos caminhos da Igreja Católica e após transmissão "ao vivo" da chegada do homem à lua, em 1969. Pisar a lua é estar bem perto de Deus. No céu. A proposta é polêmica, instigante e atual, pois a visita do Papa Bento XVI ao Brasil faz parte da campanha de retomada da Igreja na maior nação católica do mundo, a Rede Globo começa a perder pontos no Ibope para a Rede Record, de fundamentação evangélica e o Concílio Vaticano II continua gerando polêmicas no Clero.

Palavras-chave: igreja; anomia; televisão.

1- Trabalho apresentado ao GT Midiologia, do V Congresso Nacional de História da Mídia, Facasper e Ciec, São Paulo, 2007

*Jornalista, professor, ator e diretor de teatro.

Especialista em marketing pela Faculdade Machado Sobrinho.

Mestrando em Comunicação Social pela UNIPAC.

Professor nos cursos de comunicação, produção audiovisual, enfermagem e pedagogia da Universidade Salgado de Oliveira - UNIVERSO - Minas Gerais - Brasil

E-mail: robsonterra@bol.com.br



Magia televisiva e religião: atmosfera de sedução

2

A canonização de Frei Galvão como o primeiro santo brasileiro instiga a reflexão sobre os caminhos da recuperação da Igreja Católica Brasileira no coração dos fiéis da maior nação cristã do planeta. Pensando as estratégias de promoção da igreja católica, no país, chega-se ao Instituto Brasileiro de Marketing Católico "criado para municiar a Igreja com instrumentos de comunicação". Os produtos criados pelo Instituto garantem bons negócios de marketing religioso. O novo santo deve promover negócios milionários no Brasil, através dos elementos de promoção, do composto de marketing, que estão sendo desenvolvidos para sensibilizar o coração e o cifrão do povo.

A influência da fé na sociedade, o discurso teológico ou o cristianismo tradicional, sempre motivou interferências do pensamento intelectual do mundo inteiro. A citação de Karl Marx de que a "religião é o ópio do povo", remete, por paralelismo, aos anos setenta, momento crucial da vida brasileira quando a ditadura militar sufocava o pensamento inteligente brasileiro e os intelectuais, de esquerda, afirmavam ser a televisão do Brasil o ópio do povo, numa explícita contestação à subserviência da TV Globo ao regime militar e na manipulação dos mitos da sociedade. A intersecção de conteúdo das religiões e a televisão brasileira estampa o apoio de refúgio e alienação que os discursos produzidos denotam. O fenômeno de identificação é conhecido como catarse, revelado no teatro.



3

"A poética de Aristóteles, escrita por volta da metade do século IV A.C., encerra algumas reflexões, comentários e discussões. Trata-se dos termos em que ele definiu a tragédia: A tragédia é a imitação de caráter elevado e completo... por meio de uma narrativa, que suscitando piedade e medo, opera a purgação própria a semelhantes emoções “.

(TOUCHARD, 1970, p.35)

O efeito da purgação da paixão, Cartharsis é um dos referenciais para explicar a influência dos discursos religiosos e da televisão brasileira na vida do povo. Ela explica a sensação de alívio, conforto, de liberdade e envolvimento que a igreja e a televisão proporcionam. A Igreja através da via sacra, que reconta a vida, paixão e morte de Jesus Cristo fornece elementos dramáticos aos heróis da trajetória de personagens que se salvam pela dor.

Também o culto "a revisão de gesto, palavra e meio simbólico de transmissão, fenômeno religioso central é em primeiro lugar uma expressão de sentimentos, atitudes e relações" (O'DEA, 1969, p.69) reforça influência decisiva e de apreensão do controle das encenações propostas pela fé e audiência.

O catolicismo que dominou o Brasil, no alvorecer a nação, desde a catequização dos índios pelo Padre José de Anchieta com seus "Autos" sobre a vida dos santos usava a encenação como forma de promover conversão, modificar comportamentos e arrebatam os nativos aos dogmas católicos da coroa portuguesa.



4

Durante séculos o catolicismo tradicional dominou o país até que, em 1961, o Concílio Vaticano II, pensado pelo Papa João XXIII, falecido em 1963, considerado progressista e humanista, hoje, contestado veladamente por ser considerado iluminista e vetor da transformação revolucionária dos dogmas da Igreja.

O Concílio Vaticano II durou até oito de dezembro de 1965, sob a égide do Papa Paulo VI. As inovações como abolição da missa em latim, acesso de leigos ao altar, desmonte de altares, desaparecimento de ícones, quadros de santos que representavam "como Deus fala aos homens" promoveram na sociedade brasileira um desencanto e perplexidade com real distância da crenças de séculos.

"A nova liturgia foi um remédio? Antes as nossas igrejas estavam cheias ou vazias? Elas foram despovoadas. É evidente que isso não foi somente por causa da missa, mas a missa foi transformada num rito do mundo entre outros ritos e brutalizar o sagrado é coisa grave. Esqueceu-se o sentido do sacrifício. A eucaristia conduz à ressurreição, mas passando pela paixão e pela morte."

(BARTHE, 2007, montfort.org.br)

No livro "A Moral do Novo Concílio" o desencanto escancarado na sociedade brasileira motivou a análise sobre os efeitos psicológicos que a alteração radical dos cânones produziu:

"Há cristão que, perturbados pelos conhecimentos desencadeados pelo Concílio Vaticano II, por exemplo a propósito da reforma litúrgica, não cessam de perguntar: "Poder-se-á pelo menos esperar que, logo após o Concílio, se chegue a um regulamento definitivo e imutável?"

(HÄRING, 1968, p. 125)



5

"E porque a reforma, em conformidade com o tempo presente, será verdadeiramente profunda, muitos dos sacerdotes da velha guarda e dos leigos por eles formados se sentem desorientados e perguntam estupefatos: "Mas como é possível que se tenha mudado toda a moral?"
(HÄRING, 1968, p.125)

Ou ainda:

"Após a celebração do Concílio Vaticano II, a Igreja Católica fez um grande esforço de renovação de sua identidade, de sua linguagem e da redefinição de seu lugar no mundo. A renovação teológica foi muito significativa, contudo a maioria dos fiéis católicos continuou a cultivar muitas das antigas formas teológicas e, velhas expressões de fé".
(PESSINATTI, 198, p.46)

Segundo Émile Durkheim, esse estado de perplexidade denomina-se anomia:

"Um estado de desorganização social em que ocorre o colapso de formas sociais e culturas estabelecidas. Existe a perda da solidariedade; tendem a desaparecer os antigos grupos em que os indivíduos encontravam segurança e resposta. Existe também uma perda de consenso, tende a desaparecer o acordo sentido (freqüentemente apenas de forma semiconscente) quando perdem normas e valores que davam orientação e sentido para a vida".

As inovações promovidas pelo catolicismo pós-Concílio promoveram o processo de desorganização social, a dissonância cognitiva, citada por David Berlo, com a eliminação ousada e sem referências para o católico fervoroso, dos signos das associações de católicos denominadas Congregações, ligadas ao culto, à catarse evangélica e obediente aos cânones e dogmas da Santa Madre, a Igreja Católica Apostólica Romana. A partir de 1965 vive-se em estado de anomia.



"Os padrões sociais surgem por que deles os homens tem necessidade, e, quando tais padrões se desintegram, os homens procuram caminhos para sair da situação desagradável - da concisão e angústia resultante de tal desintegração".

(O'DEA, 1969, p.81)

6

A TV Globo surge na cena brasileira, em 26 de abril 1965, no auge da experiência de anomia religiosa e também, política, esta motivada pela frustração da sociedade sufocada com a ditadura militar, na demolição de referenciais do cristianismo e políticos. Terreno fértil para a sua implantação é confirmado por Juan Carlos Tedesco: "a televisão tende a reproduzir os mecanismos de socialização primária empregados pela família e pela igreja: socializa através dos gestos, de climas afetivos, de tonacidade voz, e promove crenças, emoções e adesões totais.

"O percurso da Rede Globo começa nos anos 50, quando no governo Juscelino Kubitschek é concedido um canal ao grupo Roberto Marinho. O canal 4 (RJ) começa a operar em 1965, e ano seguinte a emissora penetra em São Paulo, com a compra da TV Paulista".

(ORTIZ, 1989, p.65)

"Eram 11 horas e 35 segundos da manhã de 26 de abril de 1965, quando a ZYD-81, TV Globo, Canal 4, entrou no ar no Rio de Janeiro, ao som do Hino Nacional. O diretor-geral da nova emissora Rubens Amaral, foi o primeiro a aparecer na tela da Globo. Vinte e um anos depois de inaugurar a Rádio Globo, coube a ele a missão de ler a mensagem de Roberto Marinho dirigida aos telespectadores: _É com orgulho que entregamos à cidade do Rio de Janeiro a TV Globo - disse, após segundos de suspense".

(MAIOR, 2006, p. 20)

E acrescenta, GONTIJO,418:

"Em meados da década de 60, já existiam 13 milhões de receptores atingindo setenta milhões de telespectadores no Brasil, no auge da liberação dos costumes e da revolução sexual e religiosa por que



passava o mundo".

7

Os elementos constitutivos do discurso religioso de sedução através da imagem e som, reforçavam a citação de que "os homens são presas inocentes dos signos icônicos e sonoros" e foram transferidos para a programação da TV Globo.

"Os homens podem lançar-se contra as fontes reais ou imaginárias de suas dificuldades. Além disso, podem tentar várias maneiras para fugir, e que são oferecidas pela situação: busca de prazer, álcool, entorpecentes ou coisas semelhantes. Finalmente, podem participar de "uma busca da comunidade no sentido e de novo sentido".

(O'DEA, 1969, p. 81)

Na comparação semiótica dos signos oriundos da Igreja, utilizados pela Globo desnuda-se na emissora carioca a comparação que fez desenvolver uma nova identidade de ser brasileiro, na identificação subliminar de elementos audiovisuais de sedução. O Brasil passou a viver na telinha da tv, no meio do povo, uma falsa ilusão de integração, um mundo irreal, de "novos cristãos", ou ovelhas, dóceis e mansas.

"VOCÊ SABIA?

Santa Clara de Assis é a "celeste padroeira da televisão". Palavras do papa Pio XII, proferidas em 14 de fevereiro de 1958. Segundo o nobre pontífice, a santa iria "promover o uso correto da TV e garantir a boa recepção de imagens nos aparelhos". Reza a lenda que, em 1252, Santa Clara conseguiu descrever em detalhes tudo o que aconteceu na missa de Natal de sua igreja, apesar e estar doente, de cama, a quilômetros do local da cerimônia. Ela viu tudo à distância, como quem assiste a um programa de TV".

(MAIOR, 2006, p.19)

Ainda no Almanaque da TV GLOBO, Marcel Souto Maior, p. 19, cita a curiosidade:

"ANOTE NA AGENDA - 11 agosto - aniversário da morte de Santa



Clara - é o Dia da Televisão"

8

"O que vale destacar é o papel cada vez mais intenso que a televisão representa na construção da comunidade. A perda da função social de instituições como os partidos políticos, a igreja, a própria escola – perda não só exacerbada como provocada pela televisão em sua luta pela hegemonia da comunicação em todos os setores da sociedade".
(NETTO, 1995, p. 25)

Sem questionar as questões religiosas, mas buscando a análise e do comportamento social brasileiro, pós-concílio no estudo empírico das transferências dos elementos da Igreja Católica Brasileira para a TV Globo, aparece a influência dos efeitos da experiência histórica da fé na comunicação televisiva e o desenvolvimento no padrão Globo de qualidade que garante à emissora carioca o faturamento de bilhões de dólares ao ano em negócios, que agora, a Igreja tenta retomar através da volta à catarse chamada renovação carismática e de combate ostensivo, pela ala mais conservadora da Igreja, na desconstrução dos cânones do Concílio Vaticano II.

A chegada do homem à lua, em 1969, transmitida ao vivo pela Globo, para o católico comum, pode representar um discurso conotativo, ou metafórico, que só através da televisão o homem chegou "perto de Deus".

Ainda em Souto Maior, p. 60:

"Direto de Roma. O vôo da Apolo 9 foi adiado por problemas técnicos, mas a TV GLOBO concluiu sua "missão espacial" via satélite sem astronautas mesmo. No dia 28, a estação Embratel começou a operar. Às 11h, Hilton Gomes apresentou ao vivo, "direto de Roma", uma entrevista com o Papa Paulo VI gravada na véspera:



“Esta é a primeira reportagem internacional via satélite para o Brasil, inaugurando, oficialmente, o Intesalt III, numa transmissão em cadeia para todo o Brasil, comandada pela Embratel”.

9

O pouso definitivo do homem na lua é citado no Almanaque da TV Globo, sob o destaque, em negrito, na p. 60, de que **“o céu não é mais o limite”**:

“No dia 20 de julho de 1969, o inacreditável aconteceu: a nave espacial americana Apolo 11 pousou na superfície lunar. Mais de 600 milhões de pessoas em todo o mundo, assistiram ao espetáculo, exibido ao vivo pela TV. Eram 23h56, horário de Brasília, quando Neil Armstrong, o comandante da missão pisou na lua e pronunciou a frase histórica: “É um pequeno passo para o homem, um salto gigantesco para a humanidade”. O repórter Hilton Gomes narrou o desembarque dos astronautas na lua, direto dos estúdios da Globo, no Jardim Botânico”.

A audiência da emissora carioca dispara a partir dessa data caracterizando os anos de 1970, como a implantação definitiva do padrão de qualidade Global. A tecnologia de ponta permitiu à emissora um distanciamento “divino” das concorrentes e os elementos de sedução da Igreja com signos icônicos e sonoros instigam a pesquisa da utilização subliminar do discurso de envolvimento na tela da Globo. A programação TV Globo chega aos lares composta de representações e de práticas rituais inspiradas na vida religiosa que pautou o crente brasileiro. Para cada programa foi criado um “totem ou emblema” que segundo Durkheim, p. 107 : “o totem é na verdade um desenho que corresponde aos emblemas heráldicos das nações civilizadas e que cada pessoa é autorizada a portar como prova da identidade da família a qual pertence”.

Sérgio Mattos (2002) reforça que “no final dos anos sessenta a Globo já possuía



larga audiência, pois havia direcionado sua programação para as camadas socioeconômicas mais baixas da população. A elevação dos índices de audiência, fora do Rio de Janeiro – sede da emissora – é citada dentro das fases do desenvolvimento da TV no Brasil como a fase populista.

10

“A fase populista (1964-1975), quando a televisão era considerada um exemplo de modernidade e programas de auditório e de baixo nível tomavam grande parte da programação”

(MATTOS,2006, p.98)

Através das novelas (a epopéia do herói), “enlatados” (seriados estrangeiros de baixo custo) e shows de auditório (reunião de pessoas no culto ou ritual) a Globo se instala definitivamente no coração e fé do Brasil.

A reflexão abaixo nasceu em 1974, no auge da anomia católica, e da vertiginosa ascensão da TV Globo, de codinome Vênus Platinada, numa alusão da entidade mitológica que ela queria representar no Brasil.

“Conhecer o processo de desenvolvimento humano é conhecer o desenvolvimento das sinalizações, falas, escritos impressos e as múltiplas formas de comunicação humana”, em PESSINATTI (1998, p. 46), esclarece a reflexão a análise do conteúdo, referenciais iconográficos e sonoros da TV Globo, em décadas de liderança.

O slogan “Globo e você – tudo a ver” encontra eco em Durkheim, p. 459, quando diz que “o fiel que se pôs em contato com deus não é apenas um homem que percebe as verdades novas que o descrente ignora, é um homem que pode mais”.

O conceito de sedução televisiva oriunda da religião é revelado:

“A magia e a religião são semelhantes: ambas surgem e funcionam em situações



de tensão emocional, ambas permitem fugas a situações e obstáculos que não apresentam outra saída além da permitida por ritual e crença no domínio do sobrenatural, ambas existem na atmosfera do milagroso, e são cercadas por tabu e práticas que separam seus ligados ao mundo profano”.

(O’DEA, 1969)

11

Quadro 1

Comparação entre elementos da Igreja e elementos constitutivos da Globo

Igreja Católica	Tv Globo
Hóstia Sagrada	Logomarca da Rede Globo
Padre	Apresentador do Jornal Nacional
Via Sacra	Novelas em capítulos
Parábolas	Gêneros
Auréola dos santos	Efeitos de iluminação
Terço das seis da tarde	Novela das seis
Oratório nas salas	Televisão no melhor local da casa
Santos e santas	Elenco de atores e atrizes
Quadros de santos nas paredes	Pôsteres de artistas publicados em revistas
Ofertório da missa (Dízimo)	Doações para Criança Esperança e ligações para reality shows
Pedidos de milagres aos santos	Cartas aos atores pedindo cadeiras de rodas e outros objetos
Livros com vida de santos	Revistas com a biografia dos astros
Santinhos	Álbuns de figurinhas com artistas



Cristo crucificado	Sufrimento dos heróis nas novelas
Canto coral nas missas	Trilhas sonoras de novelas e programas
Celebração do Natal	Programação especial de fim de ano
Homilia ou pregação	Notícias do Jornal Nacional
O cruzeiro no alto das cidades	As torres de transmissão
	12
Chama do Espírito Santo	Sinal eletrônico
Beatas	Donas de casa
Catecismo das crianças	Programação infantil
Catequista	Xuxa
Programação jovem	Congregações religiosas
O profano, o demônio	A pornografia nos programas
Mártires católicos	Jornalismo de sensações
Procissão com andores	Desfiles das escolas de samba
Missa	Programas de auditório
Campainha em momento solene	Sinal eletrônico “plim-plim” nos intervalos
Coroinhas e ministros	Equipe técnica
Indumentária suntuosa	Figurinos requintados
Visão do paraíso	Reino do desejo na publicidade
Proliferação de igrejas	Distribuição de audiência
Adão e Eva	Casal romântico
Vaticano	Projac
Papa	Roberto Marinho



As anotações acima fazem parte do arcabouço de estudos e observação da sedução exercida pela, agora, Rede Globo, a principal rede de televisão no país, na produção de conteúdo para consumo interno e de exportação.

13

O presente estudo deverá ser estendido com detalhamento de cada item listado, reforçando a possibilidade da utilização simbólica e da vertiginosa ascensão da TV Globo, de codinome Vênus Platinada, numa alusão da entidade mitológica que ela queria representar no Brasil.

Se para Debord (apud Burke, 2002, p.253) “tudo que era vivido mudou-se para uma representação” afirma-se que a fé genuína transformou-se em espetáculo na telinha da Globo. Quarenta anos depois a igreja busca retomar o discurso perdido, arrebanhar as ovelhas desgarradas, e desde a década de 90, a “igreja eletrônica” busca na televisão, seduzir novos fiéis pelo veículo de massa.

Atrações como Padre Marcelo Rossi, cultos de renovação carismática embalados por bandas de roqueiros e guitarras elétricas, projeção de hinos em aparelhos de audiovisual nos cultos e missas, e a mega produção que sustenta a visita do Papa Bento XVI, ao Brasil, confirmam a inversão de domínio da mídia eletrônica sobre a igreja no coração dos fiéis. Negócios milionários, competência técnica e criativa, políticas internacionais de difusão, fazem da Rede Globo referência mundial. A busca da interatividade que se avizinha com mundo digital reforça o conceito de comunhão entre os homens que a mídia alimenta. E as teorias e registros sobre a história da televisão



brasileira não contemplam a fundamentação dos aspectos da religião como fator determinante de sedução e domínio.

14

O Fórum Catholique Montfort, através de sítio na Internet, atualiza-se a cada dia, com artigos opinativos, severos, sobre “a eclipse do sol católico, o Concílio Vaticano II”. Em artigo, publicado no Fórum, o Padre Barthe considera “a nova missa uma liturgia frouxa para um magistério incerto”. Para Briggs e Burke (2002) “um novo meio de comunicação inevitavelmente muda a longa prazo, se não antes, a visão das pessoas sobre o mundo.” Aos domingos, no horário da tradicional missa solene, os programas “Domingão do Faustão” e “Fantástico”, da Rede Globo, arrebatam audiência fiel, seduzem os espectadores e garantem espaços para a publicidade comungados a preço de ouro.

A criatura superou o criador.



Referências Bibliográficas

BARTHE, Padre. Disponível em <http://www.montfort.org.br> (Acesso em 10 de abril de 2007)

BURKE, Peter; BRIGGS, Asa. **Uma história social da mídia** - de Gutenberg à Internet. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

DURKHEIM, Émile. **As formas elementares da vida religiosa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

GONTIJO, Silvana. **O livro de ouro da comunicação**. Rio de Janeiro: Ediouro, 1989.

HÄRING, Bernhard. **A moral depois do concílio**. Lisboa: Moraes, 1968.

MAIOR, Marcel Souto. **Almanaque da TV Globo**. São Paulo: Globo, 2006.

MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira**. Petrópolis: Vozes, 2002.

NETTO, José Teixeira. **Dicionário crítico de políticas culturais**. São Paulo: Iluminas, 1995

O'DEA, Thomas F. **Sociologia da religião**. São Paulo: Pioneira, 1969.

ORTIZ, Renato et al. **Telenovela história e produção**. São Paulo: Brasiliense, 1989.

PESSINATTI, Nivaldo Luiz. **Políticas de Comunicação da Igreja Católica no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 1998.

TEDESCO, Juan Carlos. **Novo pacto educativo**. São Paulo: Ática, 2004.