

**Crítica aos Neopentecostais no Humor Televisivo:
Paródias e Sátiras de Marcelo Adnet na MTV e na Globo¹**

Gáudio Luiz FREDDI BASSOLI²

RESUMO

A ascensão e o crescimento das igrejas neopentecostais se deu em um contexto de midiaticização em dois sentidos: tanto da sociedade como um todo quanto das próprias instituições religiosas. Nosso objetivo é observar como o humor (e um tipo de humor em especial, que estamos chamando de metatelevisivo) do ator Marcelo Adnet, ao longo de sua trajetória da emissora MTV à Rede Globo, tem feito críticas aos neopentecostais. Para isso, fazemos a análise de enquadramento ou quadros de sentido de seis esquetes: três do *Comédia MTV (Comédia em fé, Fala dormindo que eu te escuto, Indiretas Já)* e três do *Tá no ar: a TV na TV (A Bíblia Segundo Rogéria, Assembléia de Ateus, Quarteto Fanático)*. Observando as paródias (críticas estéticas) e sátiras (críticas éticas) destes esquetes, concluímos que tanto práticas religiosas quanto a midiaticização delas é criticada na procura de causar o riso.

PALAVRAS-CHAVE: Midiaticização; Neopentecostais; Crítica; Humor; Adnet.

Introdução

“Liberdade de expressão” *versus* o “Limite do humor”: controvérsia na ordem do dia, aparentemente várias discussões políticas - políticas mais no sentido amplo do termo do que partidário - sobre o riso têm passado por esses termos chaves. Comediantes são exaltados e rechaçados por diferentes públicos pelas mesmas razões: o teor de suas piadas, paródias e sátiras; tematizando uma diversidade de práticas, sujeitos, estéticas.

¹ Trabalho apresentado na XI Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial (Eclesiocom), realizada em Engenheiro Coelho, SP, 18/8/2016.

² Mestrando bolsista da CAPES em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais, na linha de pesquisa Processos comunicativos e práticas sociais. gaudioluizfb@hotmail.com

Esse cenário tem motivado e justificado um esforço maior dos estudos comunicacionais de dar conta da temática do riso. É o nosso caso: no rastro da produção de sentido do humor, nos deparamos com polêmicas e conflitos com diversos segmentos da sociedade – mas cabe atenção especial aos segmentos religiosos, especificamente os religiosos que mais ganham visibilidade em momentos de tensão.

Interessados no programa *Tá no ar: a TV na TV*³, da Rede Globo, propusemos, no X Eclesiocom, o humor e o conflito como chaves interpretativas para textos jornalísticos – informativo e de opinião – que tratavam das piadas do produto humorístico com o meio evangélico. Refinando nosso olhar, duas questões novas emergiram. A primeira é que o meio evangélico satirizado parece ser especificamente um: o que alguns autores chamam de neopentecostal. A segunda questão é que não dá para entender o *Tá no ar* na Globo sem levar em conta o importante papel que o comediante Marcelo Adnet desempenha, trazendo um estilo, uma assinatura muito própria em sua trajetória – marcada fortemente pelo trabalho na emissora MTV⁴. Portanto, nosso trabalho a seguir se divide em quatro principais momentos. Primeiramente, definiremos o que entendemos por “midiatização”, conceito fundamental para desenvolver dois pontos seguintes: as práticas neopentecostais no contexto midiaticado e o que o pesquisador José Luiz Braga (2006) chama de “sistema de resposta social”, com seus dispositivos de crítica midiática.

Em seguida, apresentaremos a metodologia “análise de enquadramento” e como chegamos aos esquetes escolhidos, faremos a análise e concluiremos observando as críticas aos neopentecostais.

³ *Tá no ar: a TV na TV* é o objeto empírico de nossa pesquisa em desenvolvimento no mestrado, *Bobo da Globo, bufão da televisão: humor e crítica no Tá no ar: a TV na TV*. O programa estreou em 10 de abril de 2014, tendo na primeira temporada nove episódios semanais com por volta de 25 minutos, durando até junho do mesmo ano. A série também teve uma segunda temporada, de fevereiro a abril de 2015, e uma terceira, de janeiro a abril de 2016. O *Tá no ar* simula uma zapeada e, quando a mudança de canais finalmente para, uma faixa no canto inferior indica o nome do programa, semelhante à televisão paga. A estreia em 2014 rendeu à Globo a primeira colocação na audiência com 9,6 pontos de média, segundo dados levantados pelo IBOPE na Grande São Paulo. A audiência diminuiu ao longo daquela temporada na televisão, mas foi sucesso pela internet, tendo mais visualizações no canal GI do que as novelas da Globo (CASTRO, 2014).

⁴ Por isso se faz necessário comparar os dois momentos de Adnet, a partir, por exemplo, do programa *Comédia MTV*. Estreou em março de 2010; em 2012, mudou de formato, perdeu quatro dos nove integrantes e passou a se chamar *Comédia MTV Ao Vivo*.

1. Mdiatização: o fato e o conceito

Como qualquer outro fenômeno, midiatização tem uma dupla face. Por um lado, vemos cada vez mais dispositivos de produção, reprodução e consumo midiático no meio social. A evolução técnica, acompanhada dos usos e apropriações sociais de gravadores, câmaras fotográfica e de vídeo cresceu exponencialmente, o que é visível para todos.

Por outro lado, além do fato observável, “midiatização” é um conceito, utilizado em várias pesquisas comunicacionais. Esse uso recorrente acaba gerando uma pluralidade de sentidos que, em certos momentos, é positiva, enriquece o campo de estudos. Porém, corre-se o risco do esvaziamento do termo, que – ao significar qualquer coisa – não significa mais nada. Em nosso campo, o que é midiatização?

Optamos pelo caminho de Braga (2007): midiatização é o processo em que a mídia se torna o processo interacional de referência. Comunicação é, por definição, interação, ou seja, criar e tornar algo comum entre dois ou mais sujeitos, agir com o outro afetando e sendo afetado por ele. Midiatização seria uma terceira etapa, depois da oralidade e da escrita, em que as interações teriam como referência o processo que acontece pelas mídias. Em outras palavras, as interações orais e escritas não terminaram, mas elas têm cada vez mais como referência, como “modelo”, as interações midiáticas.

Midiatização diz respeito tanto aos processos sociais específicos em certas instâncias (política, entretenimento, aprendizagem) quanto ao nível macro, à midiatização da própria sociedade. Nesse segundo nível, Braga aponta algumas lógicas de transição – que demonstram como a mídia (com destaque para dispositivos audiovisuais) tem se tornado realmente o processo interacional de referência – como também lacunas – que nos deixam cientes de que o processo não foi concluído, está em andamento. Entre as lógicas de transição, destacamos a difusão da imagem e do som, com fortes componentes eletrônicos; abreviação do tempo de circulação; construção de acervos eletrônicos (semelhante às bibliotecas para a escrita); aproximação de mundos diferentes (sistema de saúde, educacional, o mundo comercial, entre outros). Algumas

dessas lógicas podem ser observadas na religião, potencialmente em um meio específico, aquele que se convencionou chamar neopentecostal.

2. Os neopentecostais: a religião midiaticizada

Neopentecostalismo é um nome dado à mesma vertente evangélica cristã chamada também de Pentecostalismo Moderno e Terceira Onda do Pentecostalismo. A partir de revisão bibliográfica feita na pesquisa do colega Guimarães (2016),

o movimento dos novos pentecostais – ou neopentecostais – surgiu na metade dos anos 70, fundado por brasileiros, e se transformou em igrejas ativas nos anos 80 e 90. A doutrina de igrejas neopentecostais possui forte tendência universalista, isto é, organiza-se em torno de um discurso que prega que a experiência difundida dentro dos templos deve ser levada para fora deles, deve ser universalizada, pois é um mandamento divino. Não somente as experiências em si, mas o discurso dogmático religioso literalmente interpretado também deve ser universalizado. O resultado de tal postura ultrapassa os limites de mera pregação de uma única verdade [postura historicamente adotada desde a origem do catolicismo] e entra na esfera da defesa ferrenha dessa verdade, tomada como absoluta, e que deseja sufocar o direito de outrem a sua própria maneira de viver a vida desvinculada de uma moral religiosa cristã. (p. 35)

Guimarães também retoma três características dessa denominação apontada em estudos: (i) acolhimento fraternal e acalorado, com liberdade corporal dentro dos cultos (maior que, por exemplo, dentro dos ritos católicos) para abraços, toques, conversas informais, gritos, cantos, aplausos, orações em voz alta, danças e orações “em línguas”; (ii) declaração de guerra ao diabo, muitas vezes entendido como tudo aquilo fora das práticas definidas como corretas no âmbito da igreja, o que, portanto, associa o diabo àqueles que não possuem a mesma fé e crença e (iii) pregação da teologia da prosperidade, quase sempre com uma implicação contratual e financeira por trás.

Essas três características podem servir de explicação para o crescimento exponencial do número de integrantes das igrejas neopentecostais (inclusive de igrejas fundadas no Brasil que se expandem por outros países). Ao mesmo tempo em que os sujeitos se sentem livres para se expressar e “ganhar a vida” sem culpa e com incentivo, recebem também o conforto de um conjunto de normas e referências rígidas em um

mundo que abre para tantas possibilidades de conduta e escolha individual (inclusive no terreno religioso, de práticas religiosas sincréticas e não tão mais dogmáticas).

Mas o acolhimento, a guerra ao Diabo e a prosperidade, por si só, não bastam para especularmos sobre motivos da vertiginosa ascensão neopentecostal. A mídia parece atuar nesse crescimento. Chama a atenção como há presença de evangélicos, em especial de neopentecostais, nas rádios e TVs, tomadas por horas de programação religiosa. É mais fácil converter outros se você consegue se fazer ver e ouvir. E, embora a velha distinção de “forma” e “conteúdo” muitas vezes nos engane, aqui ela tem algum valor: o “conteúdo” neopentecostal, suas normas e modos de vida, muitas vezes, são fáceis de rotular como “conservadores”, “atrasados”, até “medievais”. Mas, a forma é bem diferente: qual segmento religioso hoje poderia ser visto como mais midiaticizado que o pentecostal?

Sejamos claros: notar a presença da mídia nas diferentes práticas religiosas não é o bastante para falarmos em “midiaticização”. O que pode ser um fator para o crescimento vertiginoso do neopentecostalismo é algo de natureza mais profunda: os processos midiáticos afetam drasticamente o próprio modo de se constituir a religião, transformando outras lógicas institucionais. Uma câmara televisiva filmando uma missa provavelmente deixa seu rastro, afetando aquela prática religiosa. Mas, por exemplo, construir o Templo de Salomão já pensando em como produzir conteúdo audiovisual, como a câmara afetando o culto muito antes de ele acontecer, desde a projeção arquitetônica do prédio em que ele vai se dar, é sem dúvida um caso em que a midiaticização se faz ver com muita força⁵. O catolicismo, por meio do papa Francisco e do padre Fábio de Melo, podem estar tateando possibilidades a partir da mídia, a Igreja Universal e o pastor Edir Macedo parecem surfar com tranquilidade (n)a midiaticização.

Entendemos que tanto as igrejas neopentecostais como especificamente suas práticas midiaticizadas são criticadas constantemente pelo humor de Marcelo Adnet. Não é fácil distinguir o que é crítica à igreja “em si” e crítica “à midiaticização da igreja” devido ao estágio avançado que descrevemos de midiaticização das práticas neopentecostais. Esboçaremos algumas distinções (mais de caráter didático que

⁵ Devo o exemplo à aula do mestrado “Comunicação e Interações”, com a professora Simone Rocha.

qualquer outra coisa) em nossa análise. Antes, convém definir e explicar aspectos do que estamos chamando “crítica”.

3. Crítica no humor: dispositivo do sistema de resposta social

Estamos habituados a estudar a comunicação a partir dos polos “emissão” e “recepção”. Porém, como nos adverte Braga (2006), a sociedade desenvolve um terceiro sistema, o sistema de resposta social.

A hipótese de um terceiro sistema permite compreender uma característica decisiva do contemporâneo: por saber que é afetada pela midiaticização, a sociedade se organiza para enfrentar sua mídia e sua organização afeta o conteúdo das produções midiáticas e o modo como cada indivíduo a recebe (p. 14).

Toda vez que interagimos sobre a mídia, estamos constituindo o sistema de resposta social. Este sistema é constituído (entre outros elementos) por dispositivos de crítica da mídia, que muitas vezes estão dentro da própria mídia (afinal, a mídia faz parte da sociedade). Com dez estudos de caso, Braga demonstra que estes dispositivos têm o ponto de vista da crítica (inscrição do autor na sociedade e no âmbito em que os produtos se fazem e circulam), os objetivos e motivações (por exemplo, educar, defender usuários, mudar produção) e a interlocução, ou o destinatário (com quem fala a crítica, em qual circuito se inscreve e quem as marcas do texto indicam como interlocutor).

Mas, afinal, o que é crítica? O sentido predominante do termo, remetendo à origem grega *kritikos*, se refere à descoberta de erros e à emissão de julgamento. No caso da literatura, o sentido de crítica se diferencia de apreciação, “palavra mais branda para o juízo literário” (WILLIAMS, 2007, p. 115). Raymond Williams, autor da primeira fase dos influentes Estudos Culturais, indica que críticas de modo geral (não só culturais) são feitas a partir de valores, pois a crítica é uma “prática definida em relações ativas e complexas com a situação e contexto totais” (2007, p. 117). Criticar é julgar e, portanto, valorar.

O termo valor evoca, em sua origem, os sentidos de avaliação e validação, por reconhecimento do vigor, mérito ou importância de um determinado objeto. Valores são constituídos por traços diversos, de aspectos culturais, ideológicos, institucionais, relacionados à tradição de um repertório e/ou ancorados em contextos em que determinadas performances adquirem importância aumentada [...]. Logo, não só a grade de valor é mutável, construída historicamente, como dependente do lugar de enunciação da crítica, bem como da projeção que ela faz de seu enunciatário e dos momentos em que se abre para a escuta do público, tornando-se, portanto, relacional (SOARES, SERELLE, 2013, p. 175-176).

Crítica e humor costumam ser próximos, especialmente tendo em conta o que convencionamos chamar ironia, sátira e paródia. Em revisão bibliográfica sobre o tema, Pereira (2009), adverte que elas 1) também podem ser chamadas de estratégias e gêneros; 2) não são necessariamente usadas para fazer rir, portanto, não “se agrupam exclusivamente nesta categoria maior que poderia ser o humor” (p. 69); 3) sob a perspectiva relacional, “mais do que formas textuais prontas para serem ‘utilizadas’, ‘acontecem’ no encontro sempre social e culturalmente situado de autor-texto-leitor” (p. 70), 4) são definições que têm apenas validade didático-analítica, de difícil separação na realidade prática.

Ironia é definida como “o jogo específico que um não dito estabelece com um dito, implicando no aparecimento de uma ‘aresta afiada’” (p. 76). Ironia não seria exatamente igual à antífrase (dizer uma coisa e querer dizer o oposto), e sim a problematização do dito por meio do que não foi dito. Para que esta problematização aconteça, é necessária “a pressuposição de quadros comunicativos partilhados entre o ironista (proposital ou não) e aquele que lê a ironia e faz acontecer seu tom afiado” (idem). A sátira, por sua vez, “faz referência mais direta a valores sociais e morais compartilhados” (idem). Por fim, a paródia é a repetição com diferença. Ela não deveria ser confundida com intertextualidade, plágio ou pastiche. “A distinção fundamental em relação a estas outras formas de referência de um texto a outro é a *diferenciação crítica* que a paródia estabelece entre si e o texto parodiado” (p.75, grifo nosso), diferenciação crítica que não necessariamente valoriza o original de forma negativa, pode mesmo ser uma homenagem. A sátira e a paródia implicariam um distanciamento crítico e irônico,

mas se diferenciam pelo fato de a sátira julgar por propósitos éticos e a paródia por propósitos estéticos.

O tipo de humor que Marcelo Adnet faz costuma ser satírico e quase sempre é paródico – portanto, a ironia atravessa várias de suas propostas. É um humor satírico porque crítico no sentido ético, muitas vezes questionando e ridicularizando normas e valores. É paródico porque crítico no sentido estético, ao repetir com diferença músicas e programas televisivos. Aliás, o programa *Tá no ar: a TV na TV* traz em seu próprio nome essa proposta paródica, constituindo – ao lado de atrações do passado da Globo, como *Casseta & Planeta* e *TV Pirata* – o que propomos como um subgênero cômico: o humor paródico.

Se na televisão o gênero humorístico é aquele que tem como objetivo principal fazer rir, para propor os subgêneros precisamos perguntar: “como o programa procurar fazer rir?”. Pode ser da forma tradicional advinda do rádio, com bordões e personagens fixos (*Escolinha do Professor Raimundo*, *A Praça É Nossa*); ou a partir da presença de um auditório (*Sai de Baixo*, *Família Trapo*); pode ser também com a comédia dos costumes (como nos sitcom *A Grande Família* ou *Os Normais*); ou fazendo “humor realidade” ao propor o real como risível, retratando-o com espontaneidade, criando para o real-piada um tom de autenticidade (*CQC*, *Hermes e Renato*, *15 minutos*, *Pânico na TV*). No caso dos paródicos, os programas procuram fazer rir parodiando a própria televisão, onde são veiculados.

Se partirmos da hipótese que o cômico⁶ pode fazer rir pela crítica e que a crítica pode ser feita procurando provocar o riso, entendemos que alguns programas humorísticos são dispositivos de crítica midiática. O ponto de vista deles é de quem produz: os humoristas, constrangidos por uma série de fatores, inclusive o modo de fazer de instituição onde estão no momento. O objetivo é, evidentemente, fazer rir. E a interlocução varia do tipo de humor proposto. Marcelo Adnet, por exemplo, é facilmente reconhecido como alguém que dialoga com um público jovem e escolarizado. É com esse público que ele parece falar nos esquetes analisados a seguir.

⁶ Embora haja bibliografia distinguindo “cômico” de “humor”, no âmbito deste artigo tomamos os dois como sinônimos.

4. Análise de enquadramentos: do *Comédia MTV* ao *Tá no ar: a TV na TV*

“Enquadramento” ou “quadro de sentido” é um conceito que se refere à definição de situação, à pergunta fundamental para situar os sujeitos em interação: “o que está acontecendo aqui?”. O enquadramento é determinado por meta-mensagens que nos dizem: “isto é uma brincadeira”, “isto é uma ameaça”, entre outros (BATESON, 2002; GOFFMAN, 2002, 2004, 2012).

No GRIS, nosso Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade, temos operacionalizado esse conceito menos com os objetivos psicanalíticos do criador Gregory Bateson ou microsociológicos de Erving Goffman, e mais como uma ferramenta analítica da comunicação - não tanto a interpessoal como nos primeiros usos, mas na comunicação via mídia. O primeiro passo a dar é dizer que o gênero humorístico é o primeiro enquadramento, construído nas chamadas e na apresentação dos programas. Mas vamos além dessa primeira constatação, óbvia, mas necessária.

No caso dos esquetes de Marcelo Adnet, fizemos uma análise com a grade de perguntas a seguir. Procuramos com ela entender a “gramática” da interação, as meta-mensagens a partir dos conceitos-chave ironia, paródia e sátira: 1) Quem está sendo ironizado? O que “o dito está dizendo do não dito”? 2) Quem está sendo parodiado? Quais mensagens indicam repetição e quais mensagens indicam diferença? 3) Quem está sendo satirizado? Quem está sendo criticado eticamente?

Foram seis esquetes escolhidos a partir de uma pesquisa simples no site de busca Google: “Marcelo Adnet + evangélicos”. Escolhemos o primeiro esquete disponível, que não tenha se repetido (por exemplo, *Fala dormindo que eu te escuto* teve mais de uma aparição, o esquete se repetiu em mais de um programa, mas analisei apenas o primeiro a aparecer no resultado da pesquisa).

Procuramos o mesmo número de esquetes do mesmo humorista em duas emissoras: três no *Comédia MTV* e três do *Tá no ar: a TV na TV*, para observar possíveis mudanças do jeito de fazer humor na MTV e na Globo. Estamos partindo do pressuposto que Marcelo Adnet participou não só da atuação, mas também da

elaboração de todas elas; embora saibamos, ele não foi o único redator dos programas. Vamos às análises.

4.1 *Comédia MTV*

*Comédia em Fé*⁷, o primeiro esquete analisado, brinca com a junção dos termos “Fé” e “Comédia em Pé” (em inglês, “*stand up comedy*”) – um tipo de humor muito comum nos Estados Unidos e que vem crescendo no Brasil, em que os comediantes satirizam situações do cotidiano. O nome já é autoexplicativo de quem é parodiado: os *stand ups* e os pastores. Da “fé”, percebemos a trilha sonora com cantos gregorianos (mais associável ao meio católico que evangélico) e que o personagem é um pastor (pela roupa e pela entonação caricata de voz). Do *stand up*, percebemos o cenário, os cumprimentos e piadas do personagem, e seu olhar mudando de um lado para o outro, como se diante dele houvesse uma plateia. Não há uma sátira muito clara, embora o texto, no geral, sugira como alvo a fé no sobrenatural dos neopentecostais. Abusando dos trocadilhos, como é de praxe, o pastor interpretado por Adnet diz:

Olá gente, boa noite, boa noite, está começando mais um *Comédia em Fé*. E no *Comédia em Fé* de hoje, eu vou abrir, eu sou o pastor Marcelo. Tá bom, gente? E primeiramente eu queria dizer pra você uma coisa: olha, eu sei que muitos de vocês que estão aqui hoje presentes estão com algum problema, alguma angústia, alguma dor. Isso aí é problema de encosto... Encosto da poltrona de vocês. Esse é o problema.

Mas vocês querem uma solução, vocês querem uma benção? Quem quer uma benção levanta o braço. Quem quer uma benção, levanta o braço bem lá no alto. Vocês querem ser iluminados? Querem? Então liga a luz aí, iluminador. (risos) Liga a luz aí pra iluminar todo mundo. As pessoas discutem muito: o que é melhor, a Globo ou a Record? É claro que é a Record, porque a Globo é só um globo, mas a Record é universal. (risos) A Record é universal.

Pois é, gente, olha, gente, as pessoas reclamam: “ah pastor, mas o senhor cobra muito dízimo, pastor. Cobra muito dízimo, pra que tanto dízimo, pastor? Pra que tanto dinheiro?” Eu falo: “ué! Ué! O pastor não fala com deus? Então imagina a minha conta de celular!”

Gente, boa noite, é isso, queria dizer que toda terça-feira, nós temos o *Comédia em Fé* especial, tá? Onde nós estaremos fazendo um descarrego *comedy*. Tchau, gente, até mais! Vamos ficar agora com o

⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=DsIPIlrHJ_s>. Acesso: 30/07/2016.

nosso mestre de cerimônia, Edir. Pinta aí, Edir. É com você. [0:30-1:55]

No jogo de palavras constante, esperamos que “encosto” seja um espírito ruim, mas o pastor procura fazer rir falando do encosto da cadeira. “Iluminar” seria abençoar, mas o pastor quebra a expectativa falando para o iluminador jogar luz sobre a suposta plateia. Negando o sobrenatural com o qual estamos familiarizados no vocabulário tipicamente neopentecostal, o objetivo não seria ridicularizar a fé? O motivo de o dízimo arrecadar tanto é pagar a suposta conta de celular para o pastor falar com deus. Não seria essa uma crítica àqueles que pagam o dízimo? Sendo ou não, há brincadeiras do dito com o não dito: chamar a Record de universal é fazer referência à Iurd, igreja proprietária do canal; e citar Edir é insinuar o pastor Edir Macedo. Sem nos delongarmos no (chato) ofício de explicar piadas, vamos ao próximo esquete.

*Fala dormindo que eu te escuto*⁸ nos parece uma crítica mais direta à midiática neopentecostal. Quem está sendo parodiado é o programa *Fala que eu te escuto*, que vai ao ar nas madrugadas da Record. Percebemos isso não só pelo nome, como também pelo cenário e pelo pastor (mais uma vez interpretado por Adnet). Não consideramos conveniente e necessário reproduzir o texto do esquete aqui, na íntegra. É preciso dizer apenas que ele satiriza os pastores e as participações do telespectador por telefone (no caso, interpretado na voz de Fábio Rabin). O pastor comete uma série de erros de pronúncia (em inglês e na norma culta do português) e adverte, no começo e no final do esquete, que o programa dele é o único com a “bina do espírito santo”, à prova de trotes. O dito faz referência ao não dito: o programa parodiado, *Fala que eu te escuto*, recebeu (cômicos e memoráveis) trotes de telespectadores em participações ao vivo.

Por fim, *Indiretas Já*⁹ é uma paródia não só da música *Roda Viva*, de Chico Buarque, como da (lendária) gravação em vídeo da interpretação do autor da música e do quarteto vocal MPB4 no III Festival de Música Brasileira (TV Record, 1967). Misturando imagens da gravação parodiada com conteúdo próprio, Adnet, Tatá

⁸ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=W9HkGvk3GS4>>. Acesso: 30/07/2016.

⁹ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=PniYbDC4SOA>>. Acesso: 30/07/2016.

Werneck, Paulinho Serra, Dani Calabresa e Bento Ribeiro dispararam uma série de trocadilhos satíricos contra personagens da TV brasileira. Era previsível que sobrasse para os neopentecostais, tão presentes neste meio.

Pastor só sai de madrugada/ Rebanho não pode enxergar.
Dizem-me que quem não paga/ Mais cedo ou mais tarde cai, cai.
[1:44-2:00]

Em dois versos, o elenco satirizou o *Fala que eu te escuto* (“pastor só sai de madrugada”), a fé “cega” dos neopentecostais (“rebanho não pode enxergar”), o pagamento do dízimo (“dizem-me que quem não paga”), o pastor Edir Macedo (“mais cedo ou mais tarde”) e a crença que quem não segue as normas da religião, especificamente pagar o dízimo, vai para o inferno numa próxima vida (“cai, cai”). Foi uma crítica ácida, que não poupou nem as práticas e crenças mais tradicionais (dízimo, inferno), como a midiaticização (o programa de TV na madrugada).

4.2 Tá no ar: a TV na TV

A *Bíblia Segundo Rogéria*¹⁰ é uma paródia de narrações da bíblia, como a de Cid Moreira. A atriz transgênero Rogéria narrou a história de Moisés na época em que a novela da Record *Os Dez Mandamentos* fazia o mesmo. Mas, diferente da concorrente, o esquete da Globo utilizou termos associados ao vocabulário LGBT para contar a história. Rogéria:

E 'Os Dez Mandamentos'... Quando Moisés subiu a montanha todo trabalhado naquela bata branca finérrima, um monte de gente fofoqueira foi logo atrás pra saber o que era. E 'Momô' arrasou, vamos combinar, né, amiga? Que babado foi aquele? O povo só não gostou da parte 'não cometerás adultério'. Afinal, quem não gosta de fazer a louca e dar uma puladinha de cerca, hein? [0:00-0:30]

Utilizar gírias para narrar o livro sagrado dos cristãos, com o protagonismo de alguém que foge ao padrão heteronormativo, padrão tão defendido por muitos deles, é uma estratégia não só de fazer rir certo público, mas com a consciência de irritar

¹⁰ Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/4065525/>>. Acesso: 30/07/2016.

outro. Lembrando que os neopentecostais estão em guerra com tudo aquilo fora das práticas definidas como corretas no âmbito da igreja, interpretadas em última instância como “o diabo”, são eles possivelmente os mais atingidos pela provocação.

Se a tendência de muitos neopentecostais é associar o diabo àqueles que não possuem a mesma fé e crença, o que dizer de *Assembleia de Ateus*¹¹? O esquete faz um trocadilho com a igreja Assembleia de Deus, parodiando um culto repetindo a voz caricata de pastor (Adnet), mas utilizando termos associados a pensadores e ideias racionais e científicas. Ao invés de falar “aleluia”, os integrantes da igreja dizem “eureka”. O símbolo da igreja não é um crucifixo, é um átomo. O ateu é convocado a não fraquejar, assim como o evangélico, mas, ao invés de pecar duvidando da existência de deus, o erro seria não manter o ceticismo, a incredulidade.

Porque se o ateu não vigiar, daqui a pouco está fazendo sinal da cruz para entrar em avião, daqui a pouco está rezando por causa de turbulência, daqui a pouco está se achando, ó, tá todo crente. Mas não, irmãos. Ateu de verdade venera Nietzsche, quando diz que deus está morto. Ateu de verdade sente a pele queimar, como a de Giordano Bruno, que deu a sua vida em nome da ciência. *Eureka*, irmãos? [Todos respondem: *Eureka!*]. Vamos agora louvar a ciência e dar uma salva de palmas para o acaso. [0:30-1:12]

Após esse momento, o ministro da cerimônia pergunta quem precisa de ajuda, e uma integrante da igreja (Georgiana Góes) diz que está sentido muita tristeza e falta de ânimo – e que chegou a procurar um centro espírita.

Calma, irmã, não precisa de centro espírita. A solução para o seu problema está lá no alto. Lá no topo da tabela periódica. No grupo 1A, alcalinos terrosos. É o lítio que falta em seu organismo. Toda noite antes de dormir a senhora vai se ajoelhar junto a sua cama, pegar um copo d’água, se concentrar, e tomar aquele complemento alimentar que é o corpo de lítio, *Eureka!* [Todos: *Eureka!*] Em nome de Darwin, de Newton, de Albert Einstein, a Nietzsche. [1:31-2:00]

¹¹ Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/4818476/>>. Acesso: 30/07/2016.

O ministro recita a lei de Newton em latim e, no louvor, parodiando a música Marvin, canta “Darwin, agora é com você/ eu fiz o meu melhor”. Percebe-se várias paródias a ritos católicos (o sinal da cruz, as orações em latim) mas, até na hora de citar o centro espírita, a sátira parece ser à intolerância e à crença no sobrenatural pelo neopentecostal.

Se as práticas religiosas são as principais criticadas, é necessário notar um detalhe sutil, que mostra a midiaticização: o símbolo da igreja, o átomo, aparece para o telespectador no canto superior esquerda da tela, sugerindo a logo de uma emissora e, portanto, um culto televisionado.

Por fim, *Quarteto Fanático*¹² parodia um trailer do filme *Quarteto Fantástico*; sendo que até a simulação da passagem de páginas de quadrinhos da empresa Marvel, no caso do esquete, Arve, é adaptada. Os personagens (Maurício Rizzo, Georgiana Góes, Welder Rodrigues, Marcius Melhem) estão saindo da igreja quando cai um raio sobre eles, que acabam ganhando superpoderes. O Homem Borracha rouba e quebra uma garrafa de cachaça do cliente de um bar; a Mulher Invisível cria um campo de força entre duas mulheres que se beijam; o Coisa arremessa uma pedra contra pessoas vestidas de branco, como praticantes de candomblé; e o Tocha Humana queima como “fogo santo”, “contra toda iniquidade”. A logo dos heróis, ao invés de um número 4, é um crucifixo. O locutor (Adnet) avisa ao final: “Quarteto Fanático, em um cinema – que ainda não foi comprado – perto de você” [01:26-01:29]. A referência que o dito faz ao não dito é da compra de salas de cinema por igrejas neopentecostais.

A sátira é ao desejo de universalização do discurso dogmático religioso literalmente interpretado. Ou seja, se as roupas dos personagens no começo do “trailer” sugerem frequentadores de uma igreja do protestantismo histórico, parece que os satirizados são, de novo, os neopentecostais. O esquete também pode fazer referência ao fato de muitas igrejas dessa denominação incentivarem seus fiéis a não assistirem às coisas “do mundo”, apenas àquilo que é produzido no âmbito da religião. O nome “fanático” é um juízo de valor claro das posturas atribuídas aos sujeitos evangélicos do novo pentecostalismo.

¹² Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/4749634/>>. Acesso: 30/07/2016.

Conclusão

Nossa hipótese foi confirmada olhando para os esquetes analisados: paródias e sátiras indicaram críticas não só às crenças e práticas religiosas neopentecostais, mas também à midiática das mesmas. O humor paródico da televisão atacou os diferentes flancos.

Marcelo Adnet demorou um pouco a se consolidar na Globo, em uma atração que obtivesse êxito de audiência e crítica – aparentemente o *Tá no ar* tornou isso possível porque liberou o comediante para trabalhar com a acidez mais comum na MTV.

Quanto aos neopentecostais, a hegemonia midiática da denominação tem encontrado resistência em lugares com grande visibilidade social. Enquanto o grupo der mostras de intolerância, e o ciclo vicioso, de influência, poder e visibilidade precisar ser contido – como demonstrou a patética votação do impeachment na Câmara dos Deputados, em nome de deus. Como diria o clichê, rir pode ser o melhor remédio.

BIBLIOGRAFIA

BATESON, G. Uma teoria sobre brincadeira e fantasia. In: RIBEIRO, B., GARCEZ, P. (org.). Sociolinguística internacional. São Paulo: Loyola, 2002. p. 85-105

BRAGA, J. A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006.

_____. Mediatização como processo interacional de referência. In: MEDA, A.; COOREA, D.; BRUNO, F. (orgs.) Imagem, visibilidade e cultura midiática. Porto Alegre: Sulina, 2007, p. 141-167

CASTRO, D. Humorístico Tá no Ar tem mais audiência na web do que novela. Acesso: 28/08/2014. Disponível em UOL - Notícias da TV: <<http://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/humoristico-ta-no-ar-tem-mais-audiencia-na-web-do-que-novela-3089>>. Publicado em: 18/04/2014.

GOFFMAN, E. A representação do eu na vida cotidiana. Petrópolis: Vozes, 2004.

_____. Footing. In: RIBEIRO, B., GARCEZ, P. (orgs.). Sociolinguística internacional. São Paulo: Loyola, 2002.

_____. Os quadros da experiência social. Petrópolis: Vozes, 2012.

GUIMARÃES, B. O riso bate à porta: o humor de Porta dos Fundos e a crítica à religiosidade cristã contemporânea. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, UFMG, Belo Horizonte. 2016.

PEREIRA, L. A TV em pânico: o enquadramento das celebridades pelo Pânico na TV. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, UFMG, Belo Horizonte. 2009.

SOARES, R.; SERELLE, M. A crítica de TV no Brasil: valores e repertórios. In: Texto (UFRGS. Online), v. 28, p. 171-189, 2013.

WIKIPÉDIA. Tá no Ar: a TV na TV. Acesso em: 28 de agosto de 2014, disponível em Wikipédia: <http://pt.wikipedia.org/wiki/T%C3%A1_no_Ar:_A_TV_na_TV#cite_note-4>

WILLIAMS, R. Crítica. In: WILLIAMS, R. Palavras-chave: um vocabulário de cultura e sociedade. São Paulo: Boitempo Editorial, 2007. p. 115-117