

Telenovela Bíblica: ficção televisiva e cultura gospel brasileira¹

Lizbeth KANYAT²
Allan NOVAES³

Resumo:

A ficção televisiva (telenovelas, séries e minisséries) é um dos gêneros que ocupa a maior parte da grade de programação das emissoras de TV aberta no Brasil. Diante da presença e oferta massiva deste tipo de entretenimento, desde 2010 a Rede Record tem investido naquilo que se convencionou chamar de um novo gênero de ficção televisiva: a “telenovela bíblica”. Neste texto se propõe fazer uma análise de discurso de linha francesa desta expressão que é amplamente usada pela mídia. A análise considera elementos sócio-religiosos que circundam a cultura gospel para compreender a partir de qual formação discursiva os sentidos são elaborados.

Palavras-chave: telenovela bíblica; ficção televisiva; cultura gospel; evangélicos.

Introdução

A ficção televisiva (telenovelas, séries e minisséries) é um dos gêneros que ocupa a maior parte da grade de programação das emissoras de TV aberta no Brasil. Diante da presença e oferta massiva de ficção televisiva, desde 2010 a Rede Record tem investido na produção de histórias ficcionais inspiradas em relatos do texto sagrado cristão, a Bíblia. Em 2015 estreou *Os Dez Mandamentos*, anunciada como a primeira telenovela bíblica do Brasil. As adaptações de histórias bíblicas para o grande público em televisão devem ser estudadas à luz do contexto evangélico brasileiro, como resultados da chamada cultura gospel. *Gospel* é uma expressão, relacionada primeiramente à música evangélica, que se popularizou no Brasil nos anos 1990. Muitas

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

² Doutoranda em Comunicação e Práticas do Consumo pela ESPM, coordenadora e professora do curso de Comunicação Social do Centro Universitário Adventista de São Paulo (UNASP-EC), Campus Engenheiro Coelho, e-mail: lizbeth.kanyat@unasp.edu.br

³ Doutor em Ciência da Religião pela PUC-SP, professor da Faculdade de Teologia e dos cursos de Jornalismo e Comunicação Social do Centro Universitário Adventista de São Paulo (UNASP-EC), Campus Engenheiro Coelho, e-mail: allan.novaes@unasp.edu.br

vezes chamado de *movimento gospel* ou *cultura gospel*, o gospel ganhou visibilidade no contexto dos estudiosos do campo da Comunicação e da Ciência da Religião devido à convergência de diversos fatores, entre eles, a nova configuração demográfica-religiosa brasileira nas últimas décadas, o desenvolvimento da mídia evangélica, a visibilidade midiática e política das denominações pentecostais e neopentecostais e o surgimento de uma nova indústria e de um novo público consumidor no mercado do entretenimento. O presente artigo se propõe, portanto, a fazer uma análise do discurso de linha francesa da expressão “telenovela bíblica” levando em conta alguns dos elementos sócio-religiosos que circundam a cultura gospel para identificar os sentidos que orbitam o termo e a quais formações discursivas ele remete.

Para tanto, o artigo está dividido em três partes. Em um primeiro momento apresenta-se discussões sobre a importância da análise de discursos no campo da Comunicação. Em seguida, será apresentada a leitura, interpretação e compreensão da expressão “telenovela bíblica” a luz do dispositivo teórico encontrado em Straubhaar (2013), Martín-Barbero (2009) e Cunha (2007). E por último, nas reflexões finais apresentam-se o deslizamento de significados atribuídos à telenovela: da demonização à sacralização.

Discursos como materialidade de análise

O presente estudo se filia na compreensão de que comunicação é interação e, por isso, se associa à teoria do conhecimento interacionista. Ela entende que entre o sujeito que conhece e o objeto do conhecimento há uma *interação*. O sujeito não é um mero registrador passivo do objeto, mas exerce um papel ativo no processo de conhecimento. Por outro lado, o objeto mantém sua existência objetiva, independente do sujeito. Ambos polos interagem e isso se dá pela prática social. Para esta abordagem, o indivíduo se constitui na interação social e, mediante essa interação, o sujeito estabelece uma relação particular com o objeto. Ao final do processo, o objeto terá passado de “algo em si”, para “algo para nós”.

Dessa forma, nos apropriamos da compreensão desenvolvida pelo materialismo histórico a respeito da relação ser-objeto. Para Leontiev, a linguagem é formada no

embate do homem com o mundo. Ele afirma que “a produção da linguagem como da consciência e do pensamento está diretamente misturada na origem à atividade produtiva, à comunicação material dos homens” (LEONTIEV, 2004: 81). Isto é, o desenvolvimento da linguagem não é uma questão puramente psíquica, mas também é uma questão social. Essa compreensão é compartilhada pelo psicólogo bielorrusso Lev Semenovitch Vigotsk, o qual explica em *Pensamento e Linguagem* que “o pensamento verbal não é uma forma de comportamento natural e inata, mas é determinado por um processo histórico-cultural”, portanto, “a natureza do próprio desenvolvimento se transforma, do biológico para o sócio-histórico” (2005, p. 63).

A necessidade de intercâmbio com outros seres humanos, a partir da qual nasce a linguagem e a consciência, diz respeito à necessidade de estabelecer comunicação com os sujeitos a sua volta.

O pesquisador, portanto, pode se debruçar sobre o objeto que o sujeito passou a conhecer através dos discursos que ele pronuncia. Os discursos passam a ser a materialidade para compreender a realidade. Ou seja, para nós, a realidade está na linguagem. Segundo Fígaro (2009, p. 30),

[...] a realidade é cognoscível e como tal torna-se realidade fabricada pela capacidade humana de atividade. Diferentemente do objeto da linguística e da pragmática, para a Comunicação a linguagem interessa pelo seu potencial de dar a conhecer como se estabelecem as redes de relações, quais e como circulam os valores e os pontos de vista nos quais se fundamenta a cultura na sociedade contemporânea.

Analisar os sentidos a partir do discurso significa compreender quem é o sujeito e seu lugar social. O centro da relação não está no *eu* nem no *tu*, mas no espaço discursivo criado entre ambos. Nesse espaço discursivo encontram-se uma infinidade de objetos de pesquisa para o campo da Comunicação. Entre eles o que será explorado neste texto: as identidades. Aqui se compreende as identidades como construções discursivas que emergem da relação dialética entre sujeitos e o mundo. O indivíduo é compreendido, portanto, como enunciador e enunciatário de discursos identitários.

Apresentado o dispositivo teórico, passamos a apontar para o objeto de análise: a expressão midiática “telenovela bíblica”, usada para divulgar a telenovela *Os Dez Mandamentos* da Rede Record. Buscaremos, a seguir, compreender como esse

enunciado produz sentidos identitários. A compreensão, para a Análise de Discurso, “procura a explicitação dos processos de significação presentes no texto e permite que se possam ‘escutar’ outros sentidos que ali estão, compreendendo como eles se constituem” (ORLANDI, 1999, p. 24). Buscaremos apreender as pistas deixadas por esta expressão, pondo em relação o dizer com sua exterioridade e suas condições de produção, e também tendo em mente que os sentidos encontrados têm que ver com o que é dito ali e em outros lugares – assim como o que não é dito, e também o que poderia ser dito e não foi.

O que chama-se de telenovela bíblica?

A ficção televisiva (telenovelas, séries e minisséries) é um dos gêneros que ocupa a maior parte da grade de programação das emissoras de TV aberta no Brasil. Diante da presença e oferta massiva de ficção televisiva, desde 2010 a Rede Record tem investido naquilo que se convencionou chamar de um novo gênero de ficção televisiva: a “telenovela bíblica”. A audiência dessas produções são objeto de debate e análise tanto por parte de estudiosos do fenômeno religioso quanto por parte de pesquisadores do universo da comunicação. A expressão popular e midiática “telenovelas bíblicas” rotula a oferta de produções ficcionais como um produto novo no cardápio televisivo. Tendo em vista que a expressão “telenovela bíblica” é amplamente usada pela mídia e pela emissora para posicionar suas produções no mercado e diferenciá-las das concorrentes, serão estudados os sentidos que orbitam o termo “telenovela bíblica” e a quais formações discursivas ele remete.

Observa-se nas grades de programação da televisão aberta brasileira uma oferta variada de ficção no horário nobre. As quatro principais emissoras estão empregando receitas diversas para atrair a atenção do telespectador. A produção da TV Globo apoia-se em dramas urbanos e cosmopolitas de ficção televisiva, o SBT investe em um nicho de audiência interessado em *remakes* de telenovelas focadas nos conflitos amorosos para o público infanto-juvenil, a Band aposta na excentricidade das telenovelas turcas, e a Record passou a focar em minisséries e telenovelas denominadas “bíblicas”.

Nesse cardápio, o que mais chama a atenção é o sucesso das produções “bíblicas” da Rede Record, atualmente vice-líder de audiência em todo o país com 13% do *share*⁴ e mantida pela Igreja Universal do Reino de Deus. A princípio, a proposta de adaptação de histórias bíblicas para o grande público causou estranheza, mas a aposta resultou no maior acerto da emissora. Entre minisséries e séries, a Record já exibiu cinco títulos inéditos desde 2010: *A História de Ester* (2010), *Sansão e Dalila* (2011), *Rei Davi* (2012), *José do Egito* (2013), *Milagres de Jesus* (2014/2015). A mais recente produção de ficção televisiva foi *Os Dez Mandamentos* (2014), considerada a primeira “telenovela bíblica” do país.

O sucesso de *Os Dez Mandamentos* causa, no mínimo, curiosidade. Por diversas vezes, a telenovela alcançou a liderança do horário nobre durante sua exibição. Na cidade de São Paulo, 29 vezes a “telenovela bíblica” superou a audiência do folhetim concorrente da TV Globo, *A Regra do Jogo*. Em boletim comemorativo, a Record anunciou inclusive que o folhetim chegou a desbancar o *Jornal Nacional*⁵. A produção ganhou uma adaptação para o cinema e já está anunciada a segunda temporada da telenovela – o que é bastante incomum pois telenovelas não são divididas em temporadas.

A superprodução da Record foi escrita pela dramaturga evangélica Vivian de Oliveira. Em entrevista ao jornal *O Dia*⁶, a autora comenta que foi criada na Igreja Adventista do Sétimo Dia e, desde a adolescência, quando seus pais deixaram de frequentar a igreja, tem mantido a confessionalidade cristã em diversos movimentos religiosos evangélicos. Atualmente, se identifica como protestante.

Os Dez Mandamentos foi projetada originalmente como uma série de 40 capítulos. Devido à grande aceitação da audiência, foi prolongada para 100, posteriormente para 150 e findou com 176 capítulos e a promessa de uma segunda temporada. Esse panorama leva-nos a pensar porque esse modelo tem apresentado tanto

⁴ *Share* refere-se à participação de mercado e corresponde à fatia ou quota de mercado que uma empresa tem no seu segmento. O dado foi extraído do Anuário Obitel 2015.

⁵ Boletim comemorativo divulgado na página oficial da emissora na rede social Facebook. Disponível em: <https://www.facebook.com/Record.comunicacao/photos/pb.328588080542497.-2207520000.1449604070./972468366154462/?type=3&theater>. Acesso em: 12 de julho de 2016.

⁶ Disponível em: <http://blogs.odia.ig.com.br/leodias/2015/09/11/autora-de-os-dez-mandamentos-eu-nao-gosto-de-religiao/>. Acesso em: 12 de julho de 2016.

sucesso no Brasil. Afinal de contas, o que pode ter de “bíblica” uma telenovela? Trata-se de um instrumento de evangelização ou mero produto de entretenimento mercadológico?

Para responder essas questões é preciso nos situarmos nos estudos da ficção televisiva. No Brasil, a telenovela tem sido objeto de estudo de dissertações de mestrado e teses de doutorado no campo da Comunicação desde a década de 1970. Em 1992, a Universidade de São Paulo fundou o Centro de Estudos de Telenovelas (CETVN), do qual surgiu o Observatório Íbero-americano de Ficção Televisiva (Obitel). Este observatório congrega pesquisadores de doze países que investigam a produção, circulação e recepção de ficção televisiva em seus respectivos territórios. Fruto desse trabalho são os Anuários Obitel, disponíveis online⁷. Além disso, o observatório promove eventos que recebem dramaturgos, produtores e executivos das principais emissoras íbero-americanas para discutir o presente e o futuro da ficção televisiva.

As pesquisas do CETVN e do Obitel têm se ancorado na corrente teórica dos estudos de recepção, que permitem investigar os significados que as audiências efetivamente elaboram sobre as mensagens dos diversos meios de comunicação. Considera-se que o polo da recepção não é passivo, mas sim trata-se de sujeitos ativos, que negociam e ressignificam aquilo que lhes é proposto. Os estudos de recepção consideram que o entretenimento consumido pelas pessoas no cotidiano é um importante canal de contato com os sujeitos e suas subjetividades. As histórias, consumidas em momentos de descontração, podem tocar os sentimentos de forma mais direta do que uma aula na faculdade, um discurso no palanque ou, algumas vezes, mais do que um sermão na igreja. Ao assistirmos produtos ficcionais passamos a sentir o que os personagens sentem, nos identificamos com as suas histórias, torcemos pelos encontros, choramos pelos desencontros, rimos e pensamos sobre o que nos é colocado pelo televisor. A telenovela, portanto, não deve ser considerada como simples lazer, bobagem ou coisa sem importância. O pesquisador inglês David Morley (1996, p. 120, tradução nossa) afirma que:

⁷ Anuários disponíveis para download no www.obitel.net

[...] na televisão não existe nada que possa definir-se como um texto inocente, nenhum programa que não mereça ser objeto de cuidadosa atenção, nenhum programa que possa pretender que só oferece entretenimento e que não transmite nenhuma mensagem sobre a sociedade.

Logo, a telenovela é um elemento da cultura popular que tem sido inserido diariamente no cotidiano familiar e, por isso, marca a linguagem com seus bordões, altera o consumo com suas modas, roupas e acessórios e influencia o pensamento com as ideias por ela apresentadas. Tudo isso não é novidade, entretanto. As emissoras de televisão sabem muito bem que a ficção atrai o público. Não é por acaso que o horário nobre da televisão aberta é composto principalmente de programas ficcionais (mais especificamente, telenovelas). Em uma análise da oferta televisiva, não se deve ignorar que tudo o que é exibido responde aos interesses da emissora. O mundo que nos é apresentado por meio da televisão é um mundo editado, um recorte da realidade e, quando se trata de ficção, é ainda uma realidade construída.

Numa análise do contexto de produção (ORLANDI, 1999) é importante assinalar que a Rede Record é uma emissora comercial. Sua grade de programação, como qualquer outra emissora desse porte, visa o lucro. As telenovelas, séries e minisséries são produzidas para entreter, com o objetivo de magnetizar o maior número de espectadores possível. Elas não são peças evangelísticas. A autora de *Os Dez Mandamentos*, em entrevista ao UOL, afirma que “a TV brasileira precisa de boas ideias, independente de ser bíblica ou não. Acontece que as bíblicas geralmente são muito boas e o Brasil está descobrindo isso agora. Hollywood [EUA] já vinha explorando isso”⁸. As minisséries, séries e telenovelas da Record foram popularizadas pela grande mídia como “bíblicas”, contudo, para a própria Vivian, assim como para a “taxonomia” audiovisual do Obitel e do CETVN, elas são consideradas telenovelas históricas. As obras de ficção não são classificadas pelas suas temáticas. É uma imprecisão chamar de “bíblica” a uma telenovela que foi inspirada em uma história bíblica, assim como não se chama de “literária” a uma telenovela que é baseada num

⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=l8kHWSlqPWk>. Acesso em 12 de julho de 2016.

clássico da literatura. Contudo, existem sim diversas nomenclaturas que classificam a ficção televisiva. Apresenta-se a seguir as mais relevantes para esta análise.

Pela sua temporalidade, a ficção é classificada pelo Obitel em: *presente* (histórias ambientadas na contemporaneidade), *históricas* (quando trata de acontecimentos históricos) e *de época* (histórias ambientadas no passado). Dessa forma, os Dez Mandamentos poderia ser enquadrada como uma telenovela histórica.

Por outro lado, as telenovelas também são classificadas por suas características narrativas e estilísticas em dois grandes modelos: o *tradicional* e o *moderno* (MARTÍN-BARBERO, 2001). O modelo *tradicional* neutraliza as referências de lugar e tempo, apostando na cenografia, no luxo da decoração e em figurinos pomposos. Os conflitos principais são os amorosos e de parentesco e a estrutura dos estratos sociais é cruamente maniqueísta, colocando em cena paixões e sentimentos primordiais. O seu principal expoente são os melodramas mexicanos. Já o Brasil inaugurou o modelo *moderno*, que sem romper com o esquema melodramático, incorporou o realismo. São telenovelas cuja narrativa enfocam o cotidiano urbano e muitas vezes fazem referências à acontecimentos históricos reais. Elas se baseiam nas matrizes culturais do país, e dão espaço à complexidade e à ambiguidade dos sentimentos, explorando recursos vindos do cinema. Seu principal expoente são as chamadas “novelas das oito” ou “das dez” na TV Globo. Naturalmente, o público reconhece esses modelos e eles se tornam critério decisivo na hora de escolher qual telenovela acompanhar. Enquanto a TV Globo é uma clara expoente do modelo moderno ao adotar temas ousados e estratégias estéticas vanguardistas a fim de alcançar um público que flerta com os seriados norte-americanos, a Rede Record está direcionando seu negócio para um público mais conservador, religioso e acostumado com o melodrama tradicional mexicano.

A telenovela é uma obra ficcional do gênero melodrama que, por sua vez, tem por eixo central quatro sentimentos básicos: medo, entusiasmo, dor e riso. Eles correspondem a quatro tipo de situações que são, ao mesmo tempo, sensações: terríveis, excitantes, ternas e burlescas. Essas situações, por sua vez, são vividas por quatro personagens: o traidor, o justiceiro, a vítima, e o bobo (MARTÍN-BARBERO, 2009). Por isso, é previsível encontrar em uma telenovela, embora seja uma adaptação de uma

história bíblica, dramas familiares, vingança, traição, intriga, superação, amores proibidos, entre outros recursos narrativos que são caraterísticos de qualquer melodrama. Assim, *Os Dez Mandamentos*, como qualquer outra telenovela, fala da compaixão humana, das inseguranças, das paixões proibidas, das ambições, das injustiças e dos conflitos.

O telespectador perspicaz perceberá que as adaptações de histórias bíblicas para filmes, séries ou telenovelas não buscam ser fieis ao texto sagrado. Antes, procuram contar novas histórias *a partir* das narrativas das Escrituras. Há duas caraterísticas do formato telenovela que ajudam a entender isso. A primeira característica da telenovela é uma obra de longa duração: em média, as telenovelas têm 170 capítulos. Para sustentar a história de Moisés por oito meses, a autora precisou explorar as brechas que o texto bíblico deixava. Ela precisou atribuir personalidade e complexidade a personagens brevemente descritos na Bíblia, além de conferir-lhes uma história de vida e de situá-los em um contexto de relações sociais (família, amigos, trabalho, vizinhança). Ademais, foi também imperativa a necessidade da criação de novos personagens, núcleos, conflitos e histórias não existentes no Pentateuco, o que representou um elenco de 110 atores. Assim como a outras produções de temática bíblica da emissora, a telenovela em questão não foi um programa de televangelismo ou um documentário sobre uma história bíblica. Trata-se, acima de tudo, de um produto televisivo que almeja entreter e agradar ao maior número de telespectadores. Em entrevista, a autora afirma que “a Record descobriu um nicho de mercado e que está dando certo, enquanto muita gente acreditava que não daria certo. Fui ganhando experiência e o que mais quero é continuar nesse ramo [temas bíblicos] até que se esgote”⁹.

Aqui vale mencionar uma segunda característica do formato ficcional telenovela: elas são obras abertas. Isso quer dizer que as telenovelas são escritas e gravadas enquanto são exibidas. Na estreia de uma telenovela há em média cerca de 20 capítulos gravados, o restante da história é desenvolvido sob influência da reação do público. Personagens que tiveram aceitação ganham mais protagonismo, ao passo que personagens que são rejeitados pelo público perdem tempo de cena. Assim, as

⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=l8kHWSlqPWk>. Acesso em: 12 de julho de 2016.

personagens ganham contornos que buscam o engajamento do público, embora estes se distanciem do texto bíblico, uma vez que a finalidade primária de uma emissora comercial é alavancar a audiência.

No caso da telenovela *Os Dez Mandamentos* há três elementos que, para esta análise, explicam o seu sucesso: *a proximidade cultural*, *o interesse pelo exótico* e *a proximidade de valor* (STRAUBHAAR, 2013). A proximidade cultural acontece quando uma obra apresenta dramas humanos atemporais e arquétipos universais. Como é o caso da história do varão valoroso e justiceiro (Moisés), a luta heroica da mãe (Joquebede) para reencontrar o filho, etc. Em qualquer época, em qualquer local, as pessoas podem relacionar essas tramas universais, retratadas na telenovela, com a situações vivenciadas. Outro apelo mobilizado pela produção da Record é o destaque ao exótico. Esse recurso é também muito utilizado pela autora global Glória Perez, criadora de uma série de sucessos de audiência ambientados em culturas exóticas – *Caminho das Índias* (Índia), *O Clone* (Marrocos), *Salve Jorge* (Turquia). O exótico chama a atenção porque, via de regra, o cotidiano, o familiar e local podem ser entediantes. Daí o fato da trama que ocorre no Egito, com um figurino exuberante, chame a atenção do telespectador.

Por fim, a *proximidade de valor* tem que ver com o fato da primeira “telenovela bíblica” ter alcançado o público evangélico, cada vez mais presente e influente na demografia brasileira¹⁰. O crescimento dos evangélicos no Brasil originou a indústria gospel, provocando a criação de uma cultura evangélica de consumo. Dentre as várias características da cultura gospel, duas se destacam, a saber, a inserção do evangélico na cultura do consumo, “representada pela sacralização do consumo e pela mediação da tecnologia e dos meios de comunicação no desenvolvimento da religiosidade evangélica”, e na “sacralização dos gêneros musicais populares brasileiros” (CUNHA, 2007, p. 171 e 172). Dessa forma, percebe-se que a cultura gospel é resultado de um “movimento liberalizante de sacralização do consumo e de investimento em recursos tecnológicos e nos meios de comunicação”, fazendo com que os evangélicos passassem

¹⁰ Para mais informações sobre a configuração demográfica religiosa brasileira, ver TEIXEIRA, Faustino; MENEZES, Renata (orgs.). *Religiões em movimento: o Censo de 2010*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

a “condicionar o desenvolvimento de sua religiosidade [...] à mediação desses elementos” (Ibid., p. 175).

Logo, gêneros musicais tido como profanos pela cultura evangélica décadas atrás também foram assimilados e “sacralizados”. Diante dessa realidade, o grupo conhecido por demonizar os produtos midiáticos e da indústria do entretenimento, agora reivindica seu espaço e seu lugar no campo das representações simbólicas (CHÉQUER e SOUZA, 2014). Está havendo um revestimento sacro de todo e qualquer produto cultural: há o rock “cristão”, a literatura “gospel”, a moda feminina “evangélica” e, também, a telenovela “bíblica”. Uma vez que parte dos movimentos religiosos evangélicos recomenda a seus membros a abstinência de ficção televisiva, em particular de telenovelas, a Record veio “resolver” o impasse do público crente ávido por entretenimento, revestindo o clássico melodrama de roupagem sacra. Assim, cria-se *proximidade de valor* entre o público cristão e o produto ficcional. Ou seja, o público reconhece na obra elementos que sua religião valoriza, como é o contemplar de histórias bíblicas. Dessa forma, o telespectador justifica sua escolha pelos programas que retratam histórias do livro sagrado, podendo agora assistir os dramalhões adjetivados de “bíblicos”.

Reflexões finais

Percebemos, portanto, a conexão entre duas formações discursivas (ORLANDI, 1999): o discurso do entretenimento e o discurso religioso. Por um lado, está a “telenovela”, na formação discursiva do entretenimento, como uma atração proibida pelo discurso religioso. Contudo, soma-se a ela o adjetivo “bíblico”, o que provoca um deslizamento de valores. A violência, a traição, a vingança, elementos da narrativa dramaturgica que antes eram razões para desprezar a telenovela, passam a ser tolerados. A adjetivação “batiza” a ficção e faz com que tudo o que ela exhibe seja sacralizado. Pela adjetivação do termo telenovela, percebemos a polissemia (ORLANDI, p. 34), o deslocamento e ruptura do processo de significação que antes condenava a telenovela, dando passo à aceitação da mesma.

Pela adjetivação do termo telenovela, percebemos a polissemia, que para Orlandi (1999, p. 34) é o deslocamento e ruptura de significados. A adição do adjetivo “bíblica” à palavra telenovela para denominar a ficção televisiva de longa duração inspirada em histórias do livro sagrado cristão provoca uma ruptura com os significados dados anteriormente à telenovela. Antes a ficção era um tipo de entretenimento impróprio para o cristão, por ela trazer à tona o que há de mais desprezível no ser humano (traição, vingança, ódio). Porém, a construção de significados sobre o que se denomina de “telenovela bíblica” passa por um caminho diferente, conforme apresentado na análise. A identidade religiosa é mobilizada no processo de recepção fazendo com que a proximidade de valor seja um forte elemento na construção de significados. Isto somado a outros fatores não explorados no texto, como a pouca criticidade na leitura da mídia, parece levar os telespectadores à um senso de que a esse tipo de telenovela é próprio assistir.

Referências bibliográficas

CHÉQUER, Priscila; SOUZA, Catiane. Mídia e religião: uma leitura da representação do evangélico na telenovela da Rede Globo. Anais do Alaic, Pontifícia Universidade Católica do Peru, 2014. Disponível em: <http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2014/10/GI3-priscila-chequer-catiane-rocha-GI-3.pdf>. Acesso em: 15/07/2016.

CUNHA, Magali. **A explosão gospel**: um olhar das ciências humanas sobre o cenário evangélico no Brasil. Rio de Janeiro: Mauad/ Mysterium, 2007.

FÍGARO, R. A. Comunicação e Trabalho: binômio teórico produtivo para as pesquisas de recepção. **Mediaciones Sociales**. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación, nº 4, primer semestre de 2009: 23-49.

LEONTIEV, A. **O desenvolvimento do psiquismo**. São Paulo: Centauro, 2004.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

_____. **Os exercícios do ver**: hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo: SENAC, 2001.

MORLEY, D. **Televisión, audiencias y estudios culturales**. Buenos Aires: Amorrortu editores, 1996.

Cátedra Unesco de Comunicação e Desenvolvimento/Universidade Metodista de São Paulo
XI Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial
Centro Universitário Adventista de São Paulo - EC, SP, 18/8/2016

ORLANDI, E. **Análise de Discurso**: princípios e procedimentos. Campinas: Pontes, 1999.

STRAUBHAAR, J. Sedimentada, híbrida e múltipla? A nova geografia cultural das identidades. **MATRIZES**, São Paulo, v. 7, n. 1, p. 59-93, jan./jul. 2013.

VYGOTSKI, L. S. **Pensamento e linguagem**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.