

A apropriação das narrativas populares pela indústria cultural: crenças e ritos

Prof. Osvaldo Meira Trigueiro*

Não podemos discutir e analisar a sociedade brasileira fora do contexto internacional, como se estivesse isolada do resto do mundo, dos sistemas de produção e difusão cultural e mercadológica das grandes potências. Muito pelo contrário, a modernidade do mundo contemporâneo faz com que as nações estejam integradas em nível mundial¹. Esta integração do sistema mundial se faz, principalmente, através dos meios de comunicação de massa, que não chegam a ser homogêneos; que têm seus conflitos, suas particularidades conforme a ordem política e social de cada país mas, fortemente estruturados nos interesses da Indústria Cultural.

No Brasil podemos falar em uma sociedade de consumo urbano e capitalista a partir dos anos 50 mas, a sua consolidação só ocorre em meados dos anos 60 com o surgimento do consumo de bens culturais, com a expansão dos sistemas de comunicação implantados pelos governos militares no período de 64 a 80. Neste período, são criados novos sistemas de telecomunicações, como a EMBRATEL; o país entra no consórcio internacional de satélites-INTELSAT, e a Rede Globo passa a ser a quarta maior rede de televisão do mundo. Estava definitivamente consolidada uma nova política de produção, distribuição e consumo dos bens culturais no Brasil.²

Dois vertentes demarcam essa nova política cultural. Uma sustentada na doutrina da Segurança Nacional, o controle político-ideológico e a outra, na nova ordem mercadológica de interesse empresarial. O Brasil com sua extensão territorial continental encurta as distâncias regionais via EMBRATEL.

São mais de 40 milhões de aparelhos de televisão instalados não só em residências mas, também em centros comunitários, associações, praças públicas,

* *Mestre em comunicação - DECOM/UFPb*

vilarcojs e nas fazendas. São mais de 80 milhões de telespectadores distribuídos de Norte a Sul, nas áreas urbanas e rurais deste país.

Das instituições, a que mais se aproximou das massas neste período foi a indústria cultural, que incorpora na sua produção o modo de pensar, de agir e de ver o mundo da grande maioria dos brasileiros que formam esse grande contingente de descamisados.³

Com competência, a indústria cultural se apropria das narrativas populares, usando principalmente o rádio e a televisão para preencher alguns pedaços vazios deixados pela sociedade civil. As narrativas populares são construídas por gêneros tradicionais que passam por novos processos de reelaboração como parte da dinâmica cultural e até mesmo como forma de resistência e adequação à modernidade.

O cômico, o satírico, o erótico, os mitos, as lendas, os contos, as superstições, credences e os melodramas estão, de uma forma ou de outra, nas narrativas dos programas de rádio e televisão. Não é por acaso que a narrativa de maior audiência da televisão, atualmente, é a novela. As novelas sempre fizeram sucesso desde a época da oralidade, passando pelos folhetins, depois no rádio e agora na televisão.⁴

O mundo imaginário e o real, o fato e a ficção e o bem e o mal, o antigo e o novo, continuam fazendo sucessos nas tramas das telenovelas, mesmo que seja para reforçar as matrizes ideológicas da indústria cultural. Na realidade, é a narrativa televisiva que mais aproxima os brasileiros.

NA VIRADA DO SÉCULO

A Indústria Cultural constrói suas bases estruturadas naquilo que chamamos de "está na alma do povo", no mundo dualista do trabalho e do não-trabalho, do natural e sobrenatural, dos ritos de passagens e arquétipos que moldam e conduzem o inconsciente coletivo.

A virada do século chega com a virada do milênio e, com a aproximação do novo mundo, cresce a onda do misticismo no planeta.

"O fim do ano, do século e do milênio são momentos que se prestam a essa epifania do mundo como congresso, que tem certamente seu momento máximo no próprio fim-do-mundo".⁵

Nas mudanças dos anos, das décadas e dos séculos se repetem os rituais ligados às tradições milenaristas medievais do messianismo e que continuam como parte integrante da sociedade contemporânea.

A visão do fim do mundo, da aproximação do juízo final, do apocalipse e das combinações das perspectivas pessimistas e otimistas, ou seja, a visão apocalíptica e as novas utopias do ano 2.000. Evidentemente, estas perspectivas variam conforme o estágio de organização social e econômica de um povo.

Aproveitando o clima dominante no mundo, a indústria cultural no Brasil acompanha a onda do misticismo e, através dos meios de comunicação de massa, invade o país, principalmente a televisão e o rádio, seus instrumentos mais importantes de persuasão. Uma grande quantidade de produtos toma conta do mercado, entre eles, filmes, novelas, minisséries, casos especiais, pastores ele-

trônicos, pais-de-santo, além dos monstros, lobisomens e vampiros de brinquedo.

Nunca se viu uma quantidade tão grande de filmes mal assombrados na televisão como nos últimos anos. São os filmes das séries: *Caça-Fantasmas*, *Sexta-Feira 13*, *E.T.*, *Exorcismo*. São feiticeiros e feiticeiras, fantasmas e almas do outro mundo que estão invadindo a tela da televisão brasileira.

"Quanto mais os caça-fantasmas atacam, mais assombração aparece. Nos últimos meses, elas aparecem numa cancha de beisebol em 'Campo dos Sonhos' (Field of Dreams), na filmografia de Steven Spielberg ('Always') e na casa de campo de 'Os Fantasmas se Divertem' (Beetlejuice)."⁶

Não poderiam ficar fora deste mote as novelas, minisséries e os casos especiais da televisão. A Globo inicia com "Mandala", depois com "Que Rei Sou Eu?". Nesta novela o bruxo Ravengar passa a ser um dos personagens de maior sucesso. Uma mistura de mago, bruxo, astrólogo, profeta, médico e conselheiro político da rainha Valentina, do Reino de Avilan, além dos ministros corruptos que cometem um monte de falcaturas. A novela aproveita o momento de descrédito da população com relação ao governo e com bom humor satiriza a situação do país.

Mais voltada para o erotismo, com cenas de nudez e com temática ecológica, a Manchete quebra a hegemonia da audiência da Globo no horário nobre, com a novela "Pantanal"^{*}, mostrando para o Brasil as belezas da região pantaneira e os seus mitos. Juma, uma jovem nascida e criada no pantanal isolada do mundo urbano, faz sucesso, vira onça para defender o seu território e tem a proteção do espírito da sua mãe, Maria Marruá, que se encarna em onça quando sente que a sua filha corre perigo; Leôncio, fazendeiro de grande influência na localidade é protegido pelo seu pai, o "Véio do Nial", que vira sucuri, cura as pessoas, enfim, é uma alma do outro mundo, que faz de tudo para manter a família bem; e o violeiro Trindade, que tem pacto com o "cramunhão", faz previsões e aparece e desaparece rapidamente.

Em "Riacho Doce", minissérie da Globo, "Vó Manuela" é uma mulher forte que mantém o poder na localidade usando as suas forças sobrenaturais, uma dessas curandeiras, rezadeiras de beira de praia. "Canto das Sereias", "Escrava Anastácia" e "Estórias que o Povo Conta", são outras produções mostradas na televisão, no ano de 1990. A programação de 1991 teve início com a novela "Ana Raio e Zé Trovão", que mostra o mundo místico e mundano dos rodeios e, com a minissérie "Filhos do Sol" gravada em duas localidades bastante visitadas pelos místicos: Maehu Pichu e São Tomé.

Como a Indústria Cultural no Brasil está a reboque da televisão, chega ao mercado uma lista infinita de publicações sobre as práticas de bruxarias, eso-

* Novela Pantanal foi ao ar em 1990.

terismos e outras seitas voltadas para o misticismo.

A busca da cura das várias mazelas, que atingem o povo brasileiro, faz crescer a venda de plantas e medicamentos naturais. As revistas "Globo Rural" e "Manchete Rural", dedicam significativos espaços para publicações de reportagens sobre a medicina popular, a cura pelas ervas.

"O cearense Jean Kleber Matos, professor da Universidade de Brasília, apareceu com suas ervas medicinais num Globo-Rural-TV. Recebeu mais de 15.000 cartas e sua vida mudou de rumo (...)." **

Antes da vinda de Cristo
Jesus filho de Maria
Não existia farmácia
Nem tão pouco drogaria
Com plantas medicinais
Se curavam homens e animais
Sem posto de enfermaria.

É com estes versos do poeta popular da Paraíba, Dedé da Mulatinha, que a revista **Globo Rural** n.º 13/Outubro/86 abre uma reportagem sobre as ervas medicinais com o título: "As Ervas do Bem".

Mas, não fica apenas nos programas de entretenimento a onda do misticismo no rádio e na televisão. Estamos vivendo também a era dos pastores eletrônicos, do messianismo no rádio e na televisão. Diariamente podemos ouvir e ver, mesmo sem sair de casa, o demônio ser expulso do corpo de alguém, pessoas sendo ou dizendo ter sido "curadas".

"É apenas uma das 1.000 seitas pentecostais que existem no Brasil e que mobilizam 9 milhões de adeptos, usando o rádio como seu principal instrumento de difusão religiosa. Elas introduzem no Brasil a era do messianismo eletrônico".⁷

A Igreja Universal do Reino de Deus reuniu no Estádio do Maracanã, 150.000 fiéis, no dia 20 de abril de 1990. Tem atualmente mais de 500.000 adeptos e recentemente comprou a TV Record, por 45 milhões de dólares.

"A seita está investindo 8 milhões de dólares na nova fase da TV Record. Além de novos telejornais, a tônica da programação da emissora será calcada em programas religiosos e na música sertaneja, para conquistar fiéis entre o público do Interior do Estado".⁸

As seitas pentecostais para penetrarem com maior facilidade, utilizam-se do rádio e agora da televisão com mensagens carregadas de apelos místicos, com promessas de curas e da expulsão do demônio.

São dramáticos os programas no rádio e na televisão. Os fiéis entram em crises de histeria e participam de rituais de exorcismo.

** Revista Globo Rural, fevereiro de 1987.

A Umbanda tem a sua propagação no Nordeste, com maior intensidade na segunda metade da década de 60, através das Federações e programas nas emissoras de rádio.

Não é a toa que a onda do misticismo chega com tanta velocidade no Brasil. Chega justamente, numa ocasião em que o povo vive momentos de incertezas, as instituições públicas e civis são desacreditadas pela população e as relações pessoais e coletivas estão ainda desorganizadas.

O rádio e a televisão são partes integrantes do referencial da maioria dos brasileiros. São dois veículos que levam uma série de informações que estão ao alcance da população das diferentes regiões e classes sociais.

As emissoras AM de João Pessoa: **Rádio Correio**, **Arapuan** e **Sanhauá** apresentam diariamente programas com a participação de pais-de-santo, pastores das igrejas pentecostais e rezadores que atendem os ouvintes, por cartas, telefonemas ou os que participam diretamente nos estúdios, através de orações, receitas à base de ervas medicinais, simpatias, jogo de búzios e outros rituais místicos.

É fundamental que se estudem sistematicamente os índices de audiência e credibilidade desses programas, bem como a participação popular e o uso das crenças e ritos do povo.

A questão da autenticidade ou inautenticidade das manifestações da cultura popular nos parece sem maior importância, neste momento, por que a cultura que se faz, hoje não é mais uma cultura do pós-guerra. Estamos vivendo uma cultura do pós-moderno, uma cultura dos mass-médias, da indústria cultural, que nos obriga a uma reflexão crítica para melhor compreensão da dinâmica cultural do povo e suas necessidades principalmente em regiões menos desenvolvidas como a nordestina, em especial a paraibana.⁹

Bibliografia

1. CARDOSO, Fernando H. Mudanças na sociedade brasileira. In: A virada do século. Rio de Janeiro. Paz e Terra, 1987.
2. ORTIZ, Renato. A modernização brasileira. Brasiliense, São Paulo, 1988.
3. FADUL, Anamaria. Cultura e comunicação: a teoria necessária. In: Comunicação, democracia e cultura. Edições Loyola, São Paulo. 1989.
4. VAN, Tilburg. Elementos para democratização da televisão no Brasil. Tese de Doutor em Comunicação na Escola de Comunicação da UFRJ. 1987.
5. WISNICK, Miguel J. Visões apocalípticas e novas utopias. In: A virada do século. Rio de Janeiro, Paz e Terra. 1987.
6. Folha de São Paulo, 21-11-1990.
7. SILVA, Carlos Eduardo Lins da. In: Crítica da informação/jun.jul. 1983.
8. Revista Veja, 25/04/1990.
9. TRIGUEIRO, Osvaldo M. A TV Globo em duas comunidades rurais da Paraíba. Dissertação apresentada no Curso de Mestrado em Comunicação Rural na UFRPE. Recife, 1987.