Telespectador fiel: motivações para o consumo das telenovelas bíblicas da Record TV

Faithful viewers: motivations for consuming Record TV's biblical soap operas

Alliston Fellipe Nascimento dos Santos
Doutorando em Sociologia, Universidade Federal de Sergipe, https://orcid.org/0009-0007-2258-2880, alliston.fe@gmail.com
Renata Barreto Malta
Pós-doutorado em Comunicação, Universidad de Sevilla, https://orcid.org/0000-0002-7414-9081, renatamalta@academico.ufs.br

Recebido em: 02/04/2024 / **Aceito em:** 15/05/2024
DOI: 10.12660/rm.v16n25.2024.90991

Resumo

Este trabalho apresenta um estudo qualitativo, de caráter exploratório, dos motivos que levam a audiência a se interessar pelas telenovelas bíblicas da Record TV. O objetivo é compreender as motivações que levam dois grupos de receptores a acompanharem esses produtos televisivos: 1- cristãs institucionalizadas; 2- pessoas que acreditam nos dogmas cristãos, mas não frequentam a igreja. Os pressupostos metodológicos fundamentam-se nos Usos e Gratificações, com entrevistas em profundidade com telespectadores das telenovelas bíblicas. Como resultado, observamos que o primeiro grupo é gratificado pelo *conteúdo cristão*; pela *integração social/familiar* e por se sentir em uma *viagem ao passado*. O segundo grupo é gratificado pela *aprendizagem;* pelo *alívio do estresse* e também *viagem ao passado*.

Palavras-chave: Audiência; Telenovelas bíblicas; Record TV; Usos e Gratificações; Entrevista em profundidade.

Abstract

This paper presents a qualitative, exploratory study of the reasons why audience is interested in the biblical soap operas produced by Record TV. The aim is to understand the motivations that lead two groups of receptors to follow these television products: 1- institutionalized Christians; 2- people who believe in Christian dogma, but do not attend church. The methodological assumptions are based on Uses and Gratifications, with in-depth interviews with viewers of biblical soap operas. As a result, we observe that the first group is gratified by *Christian content*; social/familiar integration and by the feeling of *traveling to the past*. The second group is gratified by *learning*; *stress relief*; and also by the feeling of *traveling to the past*.

Keywords: Audience; Biblical soap operas; Record TV; Uses and Gratifications; In-depth interview.

Introdução

A relação entre mídia e religião recebe holofotes ao acionar um processo dinâmico de cunho social que, para além de outros aspectos, provoca a ressignificação dos próprios conteúdos de cunho religioso em um ambiente midiático que possui a audiência como alvo. Enquanto pesquisas nas áreas das Ciências da Religião buscam entender as experiências vivenciadas pelo indivíduo através da fé, os estudos em Comunicação e Religião tentam, por meio da interdisciplinaridade, compreender como essa esfera religiosa se insere nos meios de comunicação social, e de que forma essa presença abarca os seus significados e seus simulacros. Conforme Patriota *et al.* (2017), o aumento expressivo do interesse pelo campo religioso entre pesquisadores e pesquisadoras da área de Comunicação no Brasil fez da religião um tema cada vez mais recorrente nas discussões acadêmicas.

Para além das discussões sobre as mudanças promovidas por esses dois campos no funcionamento interno de suas práticas sociais e discursivas, as pesquisas remetem a objetos das mais distintas abordagens teóricas e metodológicas e o consumo de produtos midiáticos com narrativas religiosas faz parte deste escopo (Patriota, *et al.*, 2017). Em consonância com a observação da autora, identificamos diversas formas de expressão da religiosidade presentes na mídia, atraindo uma audiência disposta a consumir esse conteúdo. Inseridos em múltiplos espaços comunicacionais, como o cinema, televisão e produtos em ambiente digital, conteúdos religiosos garantem audiência. A TV aberta tem explorado esse nicho por meio da produção de obras ficcionais religiosas e, dentre as emissoras brasileiras, a Record TV se destaca.

Atuante nestas arenas e em busca de nichos pouco explorados, a Record TV se torna pioneira no ramo de teledramaturgia religiosa no Brasil. Acerca da importância da telenovela como principal produto audiovisual da cultura brasileira, especialmente a partir dos anos 70, são integradas às tramas enredos inspirados em aspectos presentes no cotidiano. Desde então, conforme Marques e Lisbôa Filho (2012, p. 78), a telenovela brasileira aborda temas sociais relevantes. Lopes (2009) conclui que cada narrativa traz um assunto que a diferencie de suas antecessoras, pautando o debate de telespectadores e, até, de outras mídias. Assim, a partir dessas tramas, dramas pessoais podem vir a ter significado amplo e social.

Malcher (2010) destaca que a teledramaturgia “[...] é sim mais um agente no quadro de forças e ações que interagem com todos os elementos desse conjunto, sejam eles políticos, ideológicos, econômicos, sociais e culturais” (Malcher, 2010, p. 121). Neste cenário cultural, a religião também passa a ser utilizada como temática inserida nas telenovelas, de modo central ou secundário.

Se a religião já era abordada nessas narrativas, as especificidades de narrativas bíblicas era um nicho não explorado, agora ocupado pela Record TV. A emissora passou a investir, a partir de 2015, na produção e exibição de telenovelas bíblicas, oriundas das escrituras da Bíblia Sagrada. Os Dez Mandamentos e A Terra Prometida, exibidas pela emissora em 2015 e 2016, respectivamente, conquistaram espaço junto às audiências e se tornaram o principal produto da emissora. Desde então, outras tramas deste mesmo teor foram produzidas e exibidas, conforme apresentaremos adiante.

Considerando o panorama acima exposto, este artigo propõe um estudo qualitativo, de caráter exploratório, dos motivos que levam a audiência a se interessar pelas telenovelas bíblicas, buscando descortinar o fenômeno em questão. Para isso, realizamos um estudo com dois grupos específicos de receptores: 1- pessoas que se consideram cristãs institucionalizadas (que frequentam a igreja); 2- pessoas que acreditam nos dogmas cristãos, mas não frequentam a igreja. A delimitação dos grupos em questão foi intencional e definida previamente às entrevistas, com o intuito de aprofundar a discussão acerca das gratificações de públicos distintos que consomem as telenovelas bíblicas estudadas.

De forma comparativa, tivemos como pretensão identificar consonâncias e dissonâncias acerca dessas motivações e propor uma discussão no que concerne a aspectos socioculturais imbricados. Isso se dá pelo fato de compreendermos que a comunicação deve ser entendida como consumo cultural, já que a recepção interpreta a mensagem de acordo com o seu posicionamento social, político, histórico, cultural e aciona o conjunto de práticas, hábitos e saberes ao qual tem acesso para julgar, avaliar, processar e reverberar o conteúdo recebido (Tonon, 2005). E em tempo de redes sociais, compartilhar sua percepção acerca do que decide consumir.

Acerca da trajetória empírica, os pressupostos metodológicos pautam-se nos estudos de recepção, influenciados pela abordagem teórica dos Usos e Gratificações. Para obtenção dos dados, optamos por entrevistas em profundidade com telespectadores que se autodeclararam consumidores das telenovelas bíblicas, e que

fazem parte de uma amostra intencional estratificada para garantir diversidade interna a ela, a fim de obter resultados mais relevantes no que concerne às motivações para acompanhar estas tramas.

Apresentaremos os resultados oriundos das entrevistas com exemplificações que reforçam as motivações para o consumo destas telenovelas bíblicas por meio de falas/citações dos/as próprios/as respondentes. Do mesmo modo, propomos categorizar as motivações mais relevantes para tal exposição ao produto em questão. Nesse ínterim, buscamos fomentar uma discussão teórica das motivações categorizadas, trazendo referenciais que proporcionam um olhar científico e substancial sobre a análise e o fenômeno estudado.

Record TV e sua teledramaturgia bíblica

Com a repercussão das minisséries[1] bíblicas veiculadas a partir de 2010, a Record TV decide, em 2015, apostar em um novo ramo de ficção, investindo em telenovelas de cunho religioso. Sobre a 'teledramaturgia bíblica', Vivaqua (2015*)* explica se tratar de um gênero específico fortemente associado a emissora. A exibição de produções oriundas de adaptações de histórias da Bíblia foi uma das estratégias mais bem-sucedidas da Record TV, encontrando um filão inexplorado por suas concorrentes.

Tabela 1 – Telenovelas bíblicas da Record TV

TELENOVELAS	ANO DE EXIBIÇÃO ORIGINAL[2]
Os Dez Mandamentos	2015
Os Dez Mandamentos – 2 ª Temporada	2016
A Terra Prometida	2016
O Rico e Lázaro	2017
Apocalipse	2017
Jesus	2018
Jezabel	2019
Gênesis	2021
Reis	2022

Fonte: Xavier, 2024.

[1] Antes da produção das telenovelas bíblicas a Record TV investiu em minisséries deste mesmo cunho de 2010 a 2018.
[2] Nesta tabela apresenta o ano de exibição original de cada telenovela, uma vez que a emissora vem incansavelmente reprisando essas obras durante os anos em sua grade de programação.

De acordo com Gomes (2017), a consolidação do modelo de 'teledramaturgia bíblica' toma como base a roteirização e dramatização de textos relacionados a uma tradição específica: evangelhos, salmos, livros de profetas associados à conformação do cristianismo e que são, ao mesmo tempo, referência comum para a 'História' tanto do Oriente, quanto do Ocidente ou para 'grandes religiões' ancoradas no Antigo Testamento.

A primeira telenovela com essa característica exibida pela emissora, *Os Dez Mandamentos*, foi veiculada em 2015. A trama recontava uma das passagens da bíblia, a saga de Moisés, desde seu nascimento até a chegada de seu povo à Terra Prometida, passando pela fuga do Egito pelo Mar Vermelho e o encontro com Deus no Monte Sinai. Livre adaptação dos livros Êxodo, Levítico, Números e Deuteronômio, a novela cobre mais de cem anos de história.

A produção conseguiu um marco para a emissora, ultrapassar em termos de audiência pela primeira vez na história da televisão brasileira o principal produto da Rede Globo, a novela das nove. Por 12 minutos no dia 11 de setembro de 2015, entre 21h32mim e 21h43mim, *Os Dez Mandamentos* ficou no ar ao mesmo tempo em que *A Regra do Jogo* e conquistou uma vitória inédita, por 21,2 pontos contra 20,5 em São Paulo (Stycer, 2015).

Em decorrência de seu sucesso, a Record TV decidiu investir na produção da segunda temporada da trama, que estreou no dia 4 de abril de 2016. O resultado foi um desempenho ainda melhor do que a primeira fase, registrando média de 18,9 pontos em São Paulo, 56% a mais do que a anterior e crescimento de 70% do público da emissora (Veja.com, 2016).

Nos anos seguintes, a Record TV produziu e exibiu *A Terra Prometida* (2016), dando continuidade à trama de sua antecessora *Os Dez Mandamentos; O Rico e Lázaro* (2017), com enredo inspirado em uma parábola bíblica contada por Jesus aos seus discípulos e *Apocalipse* (2017). Essa última trouxe uma nova característica para as narrativas bíblicas da emissora, um enredo que se passa nos dias atuais, ao abordar um dos períodos mais sombrios previstos pela Bíblia para o futuro da humanidade: o fim dos tempos.

Apesar de produzir de forma ininterrupta telenovelas bíblicas, foi a partir de *Apocalipse* que a Record TV passou a ter um desgaste dessas produções e, consequentemente, uma queda em sua audiência. Assim, a emissora voltou a apostar em narrativas históricas baseadas na Bíblia. Lançou *Jesus* (2018), que contou a

trajetória de cristo antes do seu nascimento à ressurreição, passando pelos milagres e o calvário da via crúcis. *Jezabel* (2019), a história da princesa fenícia que se casa com o rei Acabe e usa sua beleza e maldade para tentar impor ao povo israelita a adoração aos seus deuses pagãos. *Gênesis* (2021), que conta a história da criação do mundo, trazendo passagens como o Jardim do Éden; o Grande Dilúvio; a Torre de Babel, Jornada de Abraão, e chegando ao período de escravidão do povo hebreu no Egito. *Reis* (2022), que trata da formação da nação de Israel anos após serem libertados pelos egípcios.

Gomes (2017) pontua algumas características deste gênero teledramatúrgico ofertado pela Record TV. Segundo o autor, essas produções parecem seguir um padrão em relação ao seu processo de produção, aproveita-se diretores e o elenco da emissora - sem, portanto, considerar o pertencimento religioso dos envolvidos, mas a sua suposta adequação física a tipos hebreus, egípcios ou malaquitas, com visíveis adaptações.

Ao mesmo tempo, há um investimento de 'superprodução[3]' em relação a cenários e figurinos, assim como eventuais viagens nacionais e internacionais para locações a fim de simular em praias e dunas os desertos bíblicos (Gomes, 2017). "A Bíblia é uma fonte excelente para histórias dramáticas, com muita ação, intrigas, romance e pelo aspecto sobrenatural e milagroso de muitas narrativas que permite a criação de efeitos especiais, cada vez mais utilizados no cinema e na televisão" (Berlezzi, 2019, p. 68).

Com grande potencial audiovisual, a Record TV inaugura a telenovela bíblica como subgênero melodramático. Silva (2018) considera a importância desse movimento midiático contemporâneo, especialmente o televisivo, por alçar religiosidades para o centro das produções, a ponto de reconhecermos e enquadrarmos os sentidos de algumas obras em função das religiões e tramas centrados em histórias de cunho religioso.

Ademais, pontuamos que o Brasil representa potencialmente uma audiência a ser explorada quando conteúdos centrados no cristianismo estão em cena. Segundo Balloussier (2020), uma pesquisa concernente ao perfil religioso do país, realizada em 2019 pela Data Folha, nota-se uma preponderância da religião cristã, por meio da vertente católica (50%) e evangélica (31%).

[3] Termo dado pela própria Record TV ao divulgar suas minisséries e telenovelas bíblicas.

Trajetória empírica

Alicerçados no objetivo de compreender as motivações que levam o telespectador a acompanhar as telenovelas bíblicas da Record TV, propomos um caminho metodológico que considera a audiência parte ativa do processo comunicacional. Martín-Barbero (1995) propõe uma abordagem que tome como base não apenas a relação entre receptor e mensagem, mas suas conexões com a sociedade ou outros atores sociais. A recepção, para o autor, consiste em um processo no qual os sujeitos são agentes ativos no fluxo de comunicação.

Em consonância, Ruótolo (1998) afirma que, se no cerne dos estudos de audiência e recepção o receptor é o sujeito principal, devemos ter em mente que o foco de análise "dos estudos de audiência e recepção não é pura composição ou o tamanho da audiência, mas sim as respostas que os indivíduos dão aos conteúdos da comunicação." (Ruótolo, 1998, p. 159).

Entendemos, assim, que o relacionamento entre a audiência e os meios de comunicação deveriam ser encarados necessariamente como um processo multissemântico, "cuja sintaxe é extremamente imprevisível e imprecisa" (Castells, 2006, p. 422). Dentre as perspectivas possíveis de estudos de audiência, a de exposição (Ruótolo, 1998) especialmente nos interessa, pois, tem seu foco no próprio ato de o indivíduo ter decidido consumir o conteúdo veiculado pelos meios de comunicação. Sob essa lógica, encontra-se a abordagem da Teoria dos Usos e Gratificações. Essa vertente nos estudos da recepção sobre os efeitos limitados concerne em

> Compreender que o usuário define seus meios de comunicação e conteúdos baseado numa necessidade ou desejo. O escopo deste estudo reside no entendimento dos motivos de um usuário escolher, por exemplo, a TV e não o rádio, ou o jornal e, ainda, por que este, de forma voluntária, optou por ser um receptor a engajar-se em outra atividade. (Ruótolo, 1998, p 153)

Assim, essa abordagem defende que o uso das mídias depende diretamente das gratificações obtidas pelo espectador, como o divertimento, a busca por informações, o relaxamento e a socialização, por exemplo. Ferreira (2016) sintetiza que a concepção central formulada é a de que a estrutura e as circunstâncias do contexto social/pessoal, em conjunto com a disponibilidade dos meios de

comunicação, promovem um ambiente que proporciona o estabelecimento dos hábitos gerais de uso dos meios e dos conteúdos.

Padrões de exposição se estabelecem segundo a experiência de audiência dos meios e a comprovação de obtenção de gratificações desejadas ou, caso os meios não demonstrem capacidade para esta operação (gratificação do seu usuário), a procura de outras fontes se estabelece. Dada a esta cadeia de processos, a exposição aos meios passa a ser considerada segundo forças complexas, que são genericamente sintetizadas em 'necessidades', 'anseios' ou 'desejos' que se transformam em motivos para a procura dos meios/conteúdos e/ou outras fontes de satisfação.

Com base nessa abordagem teórico-metodológica, em consonância com nosso objeto de análise, pontuamos como principal pergunta de pesquisa: quais as motivações que levam telespectadores religiosos institucionalizados e não institucionalizados a acompanhar as telenovelas bíblicas da Record TV?

Para tanto, optamos por entrevistas em profundidade com telespectadores cristãos que se autodeclaram institucionalizados e aqueles que não frequentam a igreja e que se disponibilizaram a participar do estudo, buscando pluralidade interna da amostra no que concerne a faixa etária, classe social e gênero. A pesquisa ocorreu na cidade de Aracaju/SE, com base no critério de viabilidade.

De acordo com Gil (2008), essas entrevistas são muito utilizadas em estudos exploratórios, com o propósito de proporcionar melhor compreensão do problema, gerar hipóteses e fornecer elementos para a construção de instrumentos de coleta de dados. Mas também podem ser utilizadas para investigar um tema em profundidade, como ocorre nas pesquisas qualitativas. A entrevista em profundidade se baseia em um roteiro semiestruturado aberto, a fim de proporcionar abertura das respostas, de acordo com a predisposição de cada respondente.

No estudo conduzido para o desenvolvimento deste artigo, de modo geral e com base no roteiro, os entrevistados relataram não apenas os critérios de decisão e estratégias de exposição às telenovelas bíblicas da Record TV, mas também as condições dos contextos e estruturas relacionadas às experiências diárias com os seus conteúdos e o que os motiva a acompanhá-los. A definição para a seleção dos participantes se deu com base nas informações obtidas pelo Sistema Atalaia de Comunicação, afiliada da emissora Record TV, em Aracaju/Sergipe, que

disponibilizou dados do perfil do público que consome as telenovelas bíblicas da Rede.

Em sobreposição ao conceito de saturação amostral, construímos uma amostragem intencional por cota, para garantir uma diversidade amostral mínima. Com esta sobreposição, garantimos não apenas diversidade, mas também uma coleta de dados mais rica em variedade de motivos e sentimentos. A proposta da saturação amostral teórica pressupõe que “nenhum dado adicional é encontrado que possibilite ao pesquisador acrescentar propriedades a uma categoria. (...), isto é, (...) quando o pesquisador se torna empiricamente confiante de que a categoria está saturada” (Glaser; Strauss, 1967, p. 65).

Neste sentido, chegamos à percepção do tamanho satisfatório da amostra a partir do instante em que se começa a observar a repetição das respostas, criando uma espécie de padrão. Thiry-Cherques (2009, p. 24) assevera que se chega à saturação entre seis e doze observações por grupo estudado, quando a pluralidade interna é respeitada.

Com base nesse modelo teórico e na própria empiria, realizamos entrevistas em profundidade com doze (12) telespectadores de cada grupo – institucionalizados e não institucionalizados -, totalizando 24 respondentes. Os critérios para a definição do perfil dos participantes tiveram como base dados disponibilizados pelo Sistema Atalaia de Comunicação. A audiência é, assim, composta predominantemente por pessoas das classes C e D, com ênfase no gênero feminino, e com faixas etárias entre 25 e 60 anos. Apesar de as classes A e B não serem o público principal do produto, assim como o masculino, esse perfil representa uma fatia considerável, tendo sido assim incluído na presente pesquisa. É importante destacar que o grupo religioso institucionalizado faz parte da Igreja Universal do Reino de Deus-IURD. A escolha desta instituição especificamente se deu pelo fato de a emissora Record TV estar vinculada diretamente a ela, na figura do bispo Edir Macedo, e seus fiéis, em sua maioria, serem telespectadores das narrativas ficcionais aqui analisadas.

As entrevistas ocorreram na cidade de Aracaju-Sergipe, de forma remota, devido à pandemia da Covid-19, entre os meses de janeiro e fevereiro de 2021, por meio de aplicativos de áudio ou vídeo e transcritas na íntegra. Todos os respondentes gravaram o seu consentimento em participar da pesquisa sem que sua identidade seja revelada com a leitura do termo de consentimento livre e esclarecido. A prospecção desses participantes se deu por meio de contato com possíveis respondentes que já

se autodeclararam audiência do produto em análise e mostraram interesse em participar da pesquisa, assim como pela técnica 'Bola de Neve'.

Conforme Albuquerque (2009), a 'Bola de Neve' prevê que o passo subsequente às indicações dos primeiros participantes no estudo seja solicitar a esses respondentes informações acerca de outros membros da população de interesse para a pesquisa. Assim, essa técnica é uma forma de amostra não probabilística utilizada em pesquisas sociais em que os participantes iniciais de um estudo indicam novos participantes, até que seja alcançado o objetivo proposto.

Tabela 2 – Perfil dos entrevistados [4]
Grupo de religiosos que frequentam a igreja

	AB	C	DE	TOTAL
Idade 25-39 anos	1F	1F[5] +1M	2F +1M[6]	6
Idade 40-60 anos	1F	1F+1M	2F +1M	6
				12

Fonte: Elaborada pelos autores

Tabela 3 – Perfil dos entrevistados
Grupo de religiosos que não frequentam a igreja

	AB	C	DE	TOTAL
Idade 25-39 anos	1F	1F +1M	2F +1M	6
Idade 40-60 anos	1F	1F+1M	2F +1M	6
				12

Fonte: Elaborada pelos autores.

Por meio das entrevistas, pudemos coletar um material substantivo que nos revelou sentidos pertinentes para a pesquisa. As transcrições das conversas com ambos os grupos foram analisadas de forma sistematizada, gerando memorandos que serviram para identificação dos códigos emergentes das falas. A concretização dos

[4] A Classificação socioeconômica para o preenchimento da tabela dos entrevistados foi baseada no Critério Padrão de Classificação Econômica Brasil/2019 da Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (ABEP).
[5] F= Gênero Feminino.
[6] M= Gênero Masculino.

códigos em resultados será apresentada de modo condensado, sem que as tabelas oriundas desse processo sejam expostas, respeitando os limites de caracteres impostos para um artigo científico.

Motivações para a exposição às telenovelas bíblicas

Partimos para as observações dos resultados mais relevantes concernentes às motivações dos grupos dos religiosos institucionalizados e não institucionalizados para acompanhar telenovelas bíblicas da Record TV. Essas motivações foram analisadas levando em consideração as variáveis contextuais e situacionais que tangem nosso objeto e a realidade dos respondentes, com exposição de falas recortadas das entrevistas, e com base nos estudos de Ferreira (2015), que se mostraram importante norte para o entendimento conceitual de motivação e sua identificação ao longo das entrevistas.

Após as etapas de análise, identificamos as principais motivações dos grupos considerados institucionalizados e não institucionalizados, expostas a seguir.

Tabela 4 – Categorias centrais de motivações da audiência



Fonte: Elaborada pelos autores.

Com base nesses achados, buscaremos um maior detalhamento do que cada categoria representa, assim como a exposição de recortes de falas advindas das entrevistas, as quais ilustram nossa discussão.

Motivos para os religiosos institucionalizados acompanharem as telenovelas bíblicas

Antes de partirmos especificamente para os resultados das entrevistas, parece-nos relevante explicitar a presença cada vez maior de institucionalizados evangélicos na sociedade brasileira e evidenciar alguns aspectos sociais e de consumo relacionados. O contexto evangélico brasileiro forma uma teia complexa que converge "[...] 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" (Greco; Lima; Pereira, 2018, p.27). Nesse cenário, o grupo evangélico institucionalizado (ou parte dele), potencialmente reconhecido por rechaçar os produtos midiáticos e da indústria do entretenimento, agora reivindica seu espaço como consumidor de conteúdos supostamente alinhados a suas crenças (Chéquer; Souza, 2014).

É nesse sentido que a primeira motivação do grupo de **institucionalizados** foi classificada como *Conteúdo Cristão*, percebida como a gratificação mais frequente entre esse perfil de respondentes. Supostamente essas narrativas reproduzem a bíblia, trazendo temas e histórias que fazem parte do seu cotidiano, uma vez que são frequentadores da igreja.

A expectativa centrada na forma como que esses trechos bíblicos serão apresentados num produto audiovisual como a telenovela é cerne da motivação em questão. Dentre as passagens bíblicas mais comentadas pela audiência estão a morte e a ressurreição de Jesus Cristo, exibida na telenovela *Jesus*.

> Porque são as que representam mais fielmente algumas passagens da bíblia [...] A gente acompanha algumas passagens, como a morte de Jesus. E a gente já sabe que a novela vai passar esse acontecimento. Então ficamos naquela empolgação de como essas cenas serão retratadas. Então por isso que eu acompanho (Entrevista 6).

Esses telespectadores fomentam que a prática religiosa diária, como ir à igreja, pregar a 'palavra[7] cristã' e seguir os princípios cristãos e os valores familiares,

[7] Expressão mencionada pelos evangélicos ao longo das entrevistas ao afirmarem que a Bíblia é a palavra inspirada em Deus e contém mensagens essenciais para a vida e a salvação das pessoas. Ao

é reforçada nas telenovelas bíblicas. Essa audiência se orgulha em dizer que é cristão e que se sente realizado em assistir a uma narrativa televisiva que apresente conteúdo que faz parte das suas vivências. Nesse contexto, a pesquisa empírica confirma que esse novo consumidor vê tais ficções não somente como entretenimento, mas também como um produto evangelizador, portador da palavra de Deus, abrindo o mercado para o investimento em produtos culturais de cunho religioso no país. 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 [...]" (Kanyat; Novaes, 2016, p.11).

> Acho que as histórias dessas novelas se aproximam do que somos, no caso, nós, cristãos, entendeu? pra nós, que somos da igreja, é algo mais próximo da nossa rotina, entendeu? Pois lemos a bíblia e o que a novela passa é uma adaptação da bíblia (Entrevista 7)

Em consonância, outro ponto destacado foi que essas telenovelas apresentam 'mensagens divinas', reforçando os preceitos cristãos. De acordo com a audiência, as telenovelas bíblicas trazem mensagens de amor, paz, de fazer o bem e seguir os ensinamentos de Cristo.

> As novelas religiosas são outro nível. Eu gosto delas por isso, porque trazem a mensagem de amor e esperança que Jesus pregava. [...] a história, a forma como ela é contada. Pra gente que é cristão, é um alívio ter esse tipo de novela pra gente poder acompanhar (Entrevista 5)

Observamos em muitas falas que o conteúdo cristão audiovisual também representa uma forma de se distanciar de 'conteúdos mundanos', sobretudo, as telenovelas da Rede Globo de Televisão, verbalizadas ao longo das entrevistas. De acordo com os respondentes, essas narrativas são 'mundanas' por serem 'sujas', erradas e que não 'prestam', passando conteúdos que vão de encontro aos seus princípios cristãos, éticos e morais.

> As novelas são uma forma de mostrar pra sociedade o que é certo de assistir, pra fazer com que o povo pare de assistir as novelas da Globo e começar a assistir o que presta. [...] Aqui em casa não entra (novelas globais). Só entra coisa do bem" (Entrevista 9)

compartilharem ensinamentos e princípios bíblicos, almejam uma vida espiritual e moral que siga esses preceitos religiosos. Optamos por deixar com aspas simples termos que remetem diretamente às entrevistas em profundidade realizadas para o desenvolvimento da pesquisa.

Assim, a audiência motivada pelo *conteúdo cristão* assume se interessar pelo hábito de exposição para o consumo dessas narrativas também por oferecerem a ela mensagens que elevam e reforçam as suas premissas cristãs, como louvor, adoração, esperança e amor. Nesse sentido, podemos também refletir que a trama bíblica opera quase como uma 'permissão' para a exposição a um conteúdo audiovisual que se alinha aos princípios desta audiência específica, considerando a rejeição a outros conteúdos ficcionais televisivos.

Em suma, percebemos que as telenovelas bíblicas revelam ações humanas, no caso dos cristãos institucionalizados, que se veem motivados por um conteúdo que reforça o seu 'eu' e sua aproximação com o sagrado. "É englobante, na medida em que se articula no agir humano" (Domingues, 1992, p. 48). E "[...] é interpessoal, estabelecendo relações dialogais, tanto em nível humano quanto transcendente, sob a forma de discurso teológico ou de oração, nas suas várias formas." (Domingues, 1992, p. 48).

A segunda motivação desse grupo, a *Interação social/familiar*, constitui um aspecto mais universal das telenovelas. O laço social e a socialização são elementos típicos destas narrativas enquanto produto nacional e refere-se ao consumo de narrativas bíblicas como uma forma de socialização com outros membros da igreja e de sua família, havendo uma necessidade em assisti-las para se sentir inserido nas rodas de debates da instituição e em grupos informais nas redes sociais digitais, especialmente em grupos do *WhatsApp* de membros da igreja.

> A gente tem um grupo de 'zap[8]', aí ficamos mandando áudio, falando sobre as cenas. [...] Pelo 'zap' é mais na hora da novela. Aí quando passa alguma cena interessante, a gente comenta, pergunta se a outra irmã tá assistindo… [...] Elas respondem. Não na hora, às vezes, mas eu fico toda hora no 'zap' esperando alguém responder. Quero saber se elas estão assistindo também, o que tão achando (Entrevista 3)

Percebemos também que os telespectadores sentem a necessidade de estar integrados às pregações de líderes religiosos, a exemplo dos pastores da igreja. De acordo com alguns respondentes, nos cultos de oração é bastante comum que as telenovelas bíblicas sejam assuntos comentados pelos pastores, que reforçam esse produto midiático como parte da vida dos fiéis. Entre uma pregação e outra, de acordo

[8] Termo popularmente dito para se referir ao aplicativo *WhatsApp*.

com a audiência entrevistada, os pastores falam sobre cenas das telenovelas religiosas para ilustrar a sua fundamentação cristã. Neste sentido, os telespectadores precisam acompanhar essas narrativas para estarem incluídos nesse ambiente.

> Eu frequento a Igreja Universal do Reino de Deus faz uns 10 anos e desde que começaram essas novelas, a gente vem assistindo, os próprios pastores comentam sobre as novelas, como elas são retratadas na bíblia e como as novelas mostram, a gente conversa muito sobre essas novelas (Entrevista 4)

> É sempre bom a gente ter assunto, né? A maioria das irmãs também assistem, aí quando a gente se junta comenta sobre as cenas, como foi o capítulo que a gente assistiu (Entrevista 3)

Com base nestes aspectos, notamos que a influência da igreja como motivação para a audiência acompanhar as telenovelas mostra-se presente. É notável este estímulo para que a audiência institucionalizada se interesse por este produto midiático.

> Acho que por fazer parte da igreja, de um jeito ou de outro isso influencia, né? A gente vê o pessoal comentando sobre as novelas, aí dá curiosidade, começo a assistir e acabo gostando (Entrevista 4)

De acordo com a audiência, o fato de a família também ser religiosa e frequentar a igreja, consequentemente também telespectadora do produto televisivo, era um estímulo para assistir às narrativas, transformando a exposição ao conteúdo em um evento familiar.

> A minha família é toda da igreja, todos assistem, meu marido assiste comigo…[...] acho bacana poder assistir pra ter o que conversar com eles, né? [...] A gente fala a novela inteira sobre as cenas. A graça de assistir acompanhada é essa (rsrs). Ter com quem conversar (Entrevista 4)

Vimos em nossos resultados que a força do campo religioso, ao menos no caso da comunidade evangélica, foi moduladora de práticas e comportamentos, que ora se materializava na motivação por consumir telenovelas bíblicas como forma de interagir com o grupo e/ou com a família consanguínea, ora para atender às orientações de seus líderes espirituais na figura do pastor, dando forma a uma comunidade. Sobre o conceito de irmandade, Silva afirma que essas comunidades são “[...] associações de fiéis constituídas organicamente com o fim de exercerem obras de piedade ou caridade e de promoverem o culto público." (2015, p. 20). Assim,

nota-se que essas premissas estão interligadas às instituições religiosas (ou deveriam estar). Esses membros são tratados como 'irmãos', havendo, neste sentido, "[...] um caráter presumivelmente emancipatório das relações de parentesco no que tange, por exemplo, ao estabelecimento de um novo 'núcleo familiar.'" (Fortes, 1974, p. 17).

Patriota *et.al.* (2010) argumenta que a interação com o outro é intrínseca à sua existência enquanto ser e, consequentemente, inúmeras ferramentas são criadas e aperfeiçoadas ao longo do tempo, com o intuito de efetivar tal relação. Neste sentido, outro fator a ser destacado quando discutimos a motivação *Interação social/familiar,* é o da interação gerenciada por plataformas digitais. Observamos que a audiência, além de se sentir motivada a assistir às tramas bíblicas como uma necessidade de integrar-se à sua classe cristã de forma presencial, em simultâneo, relaciona-se por meio de ferramentas digitais que possibilitem essa troca de experiências, possivelmente potencializada em período de pandemia e isolamento social, inclusive com fechamento das igrejas.

Nesse sentido, Miklos (2010) afirma que houve uma migração da experiência religiosa para o ciberespaço, dando forma ao que o autor denomina de *ciber*-religião, uma espécie de ambiente virtual das comunidades religiosas. A multiplicidade dos ambientes de convivência religiosa, disseminados na internet, molda diversos desafios teológicos e pastorais para as religiões no século XXI.

A terceira motivação, *Viagem ao passado*, evidencia-se pelo sentimento do receptor em estar inserido nestas tramas, numa espécie de 'volta a momentos históricos bíblicos do passado', primordialmente por meio dos elementos estéticos, como efeitos visuais, cenário, maquiagem, trilha sonora e figurino. Segundo os entrevistados, ao assistir às telenovelas bíblicas possuem a sensação de que fazem parte da história, de participar como espectadores desses momentos, emocionando-se por conta disso.

Assim como o cenário, outros elementos técnico-estéticos motivam a audiência. Nesse sentido, a 'Viagem ao passado' ocorre, também, pelo fato de a trilha sonora ser apresentada por meio de cânticos de louvor e sagrados da época, conforme descrevem.

> Uma produção impecável. Outro elemento que me agrada bastante são as músicas, os cânticos que são cantados nas novelas, principalmente quando o capítulo termina. São muito lindos. Dá uma leveza de espírito ouvi-los (Entrevista 2)

> Porque eu me sinto dentro da história. Naquele momento, no cenário antigo. Dá uma vontade de estar ali naquela cena, cantando também, vendo os momentos da bíblia. [...] Acho que por ser uma produção tão bonita, né? Cheia de cor, de vida, eu me sinto estando lá também (Entrevista 1)

Outros fatores estéticos da produção também constituem a motivação aqui descrita. Segundo a audiência interessada, as telenovelas bíblicas são muito bem produzidas, enfatizando principalmente os efeitos visuais, realizados por todo um aparato tecnológico que reforça a qualidade técnica da edição. Por conta da qualidade técnica elogiada pelos respondentes, essas telenovelas são comparadas, por eles mesmos, a produções cinematográficas.

É pertinente aqui refletir que de todas as telenovelas bíblicas exibidas pela Record TV, a que teve os menores índices de audiência foi *Apocalipse*, única das narrativas que não recontava fatos bíblicos do passado e tinha como ambientação a sociedade contemporânea. Desse modo, podemos afirmar que a motivação *Viagem ao passado* não se aplicava à trama.

A audiência das telenovelas bíblicas, motivada pela *Viagem ao passado,* se vê imersa no universo ficcional, mas que, de acordo com seu próprio relato, não é interpretado como simulacro. Ao serem baseadas em trechos da bíblia, estas narrativas são destituídas de seu caráter fantasioso e são lidas como espelhos audiovisuais de fatos reais.

Desta maneira, a audiência das telenovelas religiosas enxerga na ficção uma possibilidade de viver acontecimentos bíblicos, numa espécie de viagem, que traz em si implicações afetivas e emocionais. Não se trata aqui apenas de alimentar o campo religioso de materialidade - a bíblia lida, contada e narrada -, sob a égide da própria instituição, mas de permitir-se acreditar em um conteúdo dramatizado do audiovisual.

Motivos para os religiosos não institucionalizados acompanharem as telenovelas bíblicas

Partimos agora para a apresentação das motivações dos receptores religiosos **não institucionalizados** que acompanham as telenovelas bíblicas produzidas e exibidas pela Record TV, apresentadas como: 1- *Aprendizagem/Aconselhamento,* 2- *Relaxamento/ Alívio do estresse,* 3- *Viagem ao passado.*

A *Aprendizagem/Aconselhamento* mostrou ser a principal motivação para o grupo dos não institucionalizados acompanhar as telenovelas bíblicas. Essa motivação levanta a hipótese de que esses telespectadores que se sentem interessados por conteúdos midiáticos de cunho religioso veem a exposição a estes produtos como uma oportunidade para aprender sobre os ensinamentos oriundos da Bíblia.

Em sua maioria, são telespectadores que nunca leram o livro sagrado e que consideram as telenovelas um recurso audiovisual que facilita essa 'leitura', acarretando em um conhecimento mais afundo sobre a literatura cristã.

> Nunca li a bíblia. Por isso que também assisto as novelas da Record, porque elas apresentam o que a bíblia diz, entendeu? Então pra gente que não é crente e assiste, acaba aprendendo sobre essa religião, o que a bíblia diz (Entrevista 3)

Dentre as histórias contadas por essas produções, as narrativas da telenovela *Jesus* foram as mais pontuadas pela audiência que, ao acompanhar a telenovela, conhece a sua trajetória e palavras de conforto e fé.

> Eu tiro e vejo de bom os ensinamentos, né? Aquilo que Cristo prega, o amor ao próximo, não julgar, não matar, não roubar… A gente aprende isso assistindo às novelas (Entrevista 12)

Em diversas falas observamos que essa audiência acredita que a Record TV direciona essas telenovelas para ela, um público que não consegue ter o mesmo entendimento da Bíblia sagrada como os que frequentam a igreja e são aconselhados pelos líderes religiosos, a exemplo dos pastores. Assim, essas produções ficcionais serviriam como uma oportunidade de estar aconselhada sobre o que a Bíblia diz.

A audiência motivada por esta gratificação revela que essas narrativas seriam uma espécie de substituição da igreja. De forma mais esclarecedora, identificamos que esse público compara as produções bíblicas ao ato de 'ir à igreja'. Os respondentes declararam que não se sentem motivados a frequentar ou até mesmo se converterem, já que as telenovelas reforçam o sentido de 'estar na igreja' e aprender as doutrinas religiosas impostas por esta instituição.

> Não tenho interesse em ser crente. Tô bem assim agora. Tenho as novelas pra assistir, pra mim é a mesma coisa que ir pra igreja [...] Como eu não frequento a igreja, mas me interesso bastante e acredito muito em Deus todo poderoso, assistindo eu acho que é como se tivesse indo pra igreja, sabe? E ouvir a pregação do pastor.

> [...] É como se a gente tivesse ouvindo o pastor falar, os ensinamentos de Cristo (Entrevista 6)

O receptor motivado por *Aprendizagem/Aconselhamento,* adicionalmente, se apropria dos conteúdos das telenovelas para reflexão das ações e costumes, a fim de que os conhecimentos adquiridos proporcionem uma espécie de verificação da "validade e adequação de sentimentos e comportamentos, reforço das posições pessoais ou mesmo ajustes das suas atitudes e práticas, que o ajudará em seu contexto pessoal e social a lidar com problemas diversos" (Ferreira, 2010, p. 184).

Pudemos, assim, perceber que o sentido de *Aprendizagem/Aconselhamento* que motiva o receptor das telenovelas bíblicas está sustentado, dentre algumas questões, no ato de realização de boas práticas, como citado por eles, o ato de 'amar ao próximo', 'serem mais compreensíveis', 'entender o lado do outro' e 'não julgar'. Essas são então algumas ações que moldam o comportamento por meio de uma aprendizagem ou aconselhamento que, segundo a audiência, pode ser adquirido por meio da teledramaturgia cristã.

A segunda motivação concerne ao *Relaxamento/ Alívio do estresse*. Aqui, o que move a audiência a assistir aos conteúdos ficcionais bíblicos é a sensação de bem-estar e equilíbrio. O principal fator para que isso aconteça, de acordo com os receptores, foi o de que essas narrativas estão relacionadas à Bíblia, revelando a sua premissa de 'elevar o espírito'.

> Acho que por ser bíblica, né? Transmite uma calma, uma paz de espírito (Entrevista 5)

> As novelas da Record são muito boas, tranquilas, a gente fica leve sabe? quando assiste. [...] Acho que por falar sobre a bíblia, né? [...] São histórias bonitas, falam de Deus, relaxam a gente. Não deixam a gente estressado, entendeu? (Entrevista 9)

Esses respondentes afirmam que, por conta da rotina do dia a dia, na maioria das vezes, viam-se nervosos ou angustiados, acarretando em estresse contínuo. Assim, ao se expor durante a noite para acompanhar as narrativas bíblicas da Record TV buscavam um conteúdo que os acalmasse e propiciasse leveza frente a toda tensão ou 'peso carregado em sua rotina'. Assim, encontram como recompensa de um dia cansativo, sentar-se ao sofá e assistir ao conteúdo novelístico.

> É o tempo que eu tenho de assistir. Pra poder relaxar, que é quando meus meninos dormem (Entrevista 5)

> É mais pra relaxar, sabe? Fico o dia inteiro no trabalho, de noite eu quero assistir alguma coisa mais de boa, mais leve, aí comecei a assistir essas novelas, curti e continuo assistindo (Entrevista 11)

A audiência, ainda, comparou como fonte de satisfação das telenovelas bíblicas o inverso de outros produtos midiáticos que ao invés de fazê-la relaxar e ter um melhor equilíbrio mental, causariam uma elevação na tensão e estresse, a exemplo das telenovelas globais.

É válido pontuar que, neste grupo, encontram-se telespectadores que já acompanharam as telenovelas globais, mas que, por acharem 'repetitivas', com temáticas 'um pouco pesadas' – a exemplo de sexo, drogas, assassinatos -, optaram por migrar para as telenovelas bíblicas da Record TV. Diferentemente do público religioso institucionalizado, que rechaça as telenovelas globais, vemos que esse segundo grupo critica, de fato, essas produções, porém, não rechaça veementemente como faz o grupo dos institucionalizados e não vê problema em voltar a acompanha-las, caso não 'choque' com o horário de exibição das telenovelas bíblicas. Outro fato curioso é que o tom de crítica deste grupo é mais leve, trazendo menos à tona opiniões conservadoras, presentes no público institucionalizado.

> Eu acho que as novelas da Globo não fazem a gente relaxar. Pelo contrário, por trazer temas pesados, sexo, prostituição, assassinato… faz com que a gente fique mais tenso. Já as religiosas a gente relaxa mais, dá aquele alívio, desestressa (Entrevista 9)

Ferreira (2010, p. 188) destaca que o escapismo das tensões e perturbações diárias seria uma motivação da audiência, circunstancialmente envolvida nessas frustrações, para acompanhar as telenovelas. Acerca desta motivação, é relevante que o material consumido seja capaz de satisfazer seu anseio por abstração da sua desordem psicológica, pela alienação dos seus sentidos, tomando a sua atenção e pensamento com pouca energia empenhada à obtenção de tal resultado.

Essa audiência se mostra sobrecarregada pelos afazeres do cotidiano, como cuidar da casa, da família, pelo excesso de trabalho, encontrando na exposição e consumo desta obra ficcional um escape da rotina enfadonha e/ou massacrante, proporcionando um alívio do estresse, mesmo que de maneira momentânea, ou seja, enquanto acompanham as tramas, numa espécie de "ruptura da realidade" a qual vive.

Assim como o grupo religioso que frequenta a igreja, os não institucionalizados são motivados pelas narrativas bíblicas pelo fato de se sentirem 'transportados' a um universo longínquo e histórico, o que denominamos *viagem ao*

passado. Para tanto, os elementos estéticos das telenovelas, como cenários, figurinos, maquiagem e efeitos especiais, contribuem para essa ação subjetiva.

> Porque eu acho que foram as mais bem produzidas em termos de efeitos, figurino, cenário. Era tudo muito perfeito[...] É uma qualidade muito boa as novelas. A forma como montam o cenário, sempre aqueles templos lindos, os atores também arrasam muito. Eu gosto de assistir por isso (Entrevista 4)

Em comparação ao grupo religioso institucionalizado, o não institucionalizado compreende o 'investimento pesado' que a emissora Record TV dispõe para produzir esse produto. A 'grandiosidade da produção', termo designado pelos respondentes, fomenta a proposta da emissora do bispo Edir Macedo em apresentar um produto brasileiro com características estética-produtivas comparadas à cinematografia internacional.

> Com certeza, a estética. A gente percebe o alto investimento que a emissora Record faz para a produção dessas novelas. Gravações em locais estrangeiros, cenários grandiosos, acho que o próprio cachê do elenco, né? Já que é tanto ator, figurante...uma loucura (Entrevista 8)

> Eu acompanho porque gosto mesmo da forma como a Record produz essas novelas, criando o seu próprio padrão técnico, né? Eu acho interessante. [...] O que mais me causa interesse é o padrão técnico da produção, entendeu? Eu acho que seja algo inovador no mercado televisivo brasileiro. A gente é muito acostumado a acompanhar produções brasileiras sempre com aquele ritmo de produção, o que é totalmente diferente com as novelas bíblicas (Entrevista 7)

Percebemos na última motivação do grupo religioso não institucionalizado uma visão mais técnica sobre o sentimento de viagem ao passado, com foco nos elementos que constituem a narrativa, diferentemente do público institucionalizado, que revelou uma característica mais subjetiva do 'viajar ao passado', fomentando o sentido de fazerem parte de acontecimentos oriundos das passagens bíblicas, reforçando o apego e admiração à escritura, provavelmente por estarem envolvidos no ciclo da instituição religiosa, no caso a igreja.

Considerações finais

O presente estudo teve como objetivo analisar as motivações de dois grupos distintos de audiência das telenovelas bíblicas produzidas e exibidas pela emissora brasileira de TV aberta Record TV. Evidenciamos que se trata de uma emissora

comercial, cujo objetivo é lucrar com a oferta de seus produtos. No entanto, é importante ponderar a influência direta da Igreja Universal do Reino de Deus no conteúdo da grade televisiva, ganhando mais ênfase com a produção de minisséries e telenovelas bíblicas. Assim, podemos afirmar que um dos objetivos da emissora seria o de fomentar o sentido de religiosidade por parte dos seus fiéis e evangelizar um público que não frequenta a igreja, mas que acredita nos dogmas cristãos, seguindo e praticando a fé à sua maneira.

Ao focarmos nossas atenções nas motivações que impulsionam os telespectadores a se exporem às telenovelas bíblicas, por meio da análise das entrevistas, pudemos concluir que as motivações apresentadas pela audiência institucionalizada são intrinsecamente influenciadas pela igreja. As falas dos respondentes enfatizam que líderes religiosos fomentam que acompanhar as telenovelas bíblicas é uma espécie de 'fazer o seu dever de casa enquanto cristão', desapegando-se de 'conteúdos mundanos', a exemplo das telenovelas da TV Globo, duramente criticadas por esse grupo. Aqui, pontuamos o fenômeno anteriormente problematizado que posiciona a emissora Record TV como construtora de significados ideológicos além dos objetivos comerciais, tendo como fundamento seus preceitos religiosos. Mais além, o consumo das telenovelas bíblicas se mostra um elo social forte de 'irmandade' que se expressa não apenas na instituição, mas em ambientes digitais, em especial viabilizado pelo *WhatsApp*.

Enquanto essas tramas se mostram uma espécie de continuidade da igreja para os fiéis, para parte do público não institucionalizado estas narrativas são uma espécie de substituição da igreja, encontrando nas telenovelas um meio de aprender sobre histórias bíblicas, praticar a sua fé e estar próximo da 'palavra de Deus', sem ter um sentido de obrigação em converter-se para ser cristão. Assim, entende as narrativas bíblicas como fonte de aprendizagem e aconselhamento, além de se sentir relaxado e livre da tensão diária ao se expor a um conteúdo considerado 'leve', capaz de lhe garantir bem-estar.

Dentre as motivações identificadas no estudo, um em específico é parte do universo de ambos os grupos: *Viagem ao passado*. Por meio dele, a audiência se gratifica ao ser espectadora de lugares, eventos e personagens do passado, com ênfase em cenários, figurinos e representações da bíblia, os quais dão forma a um padrão tecnoestético que se consolida pela emissora. A sensação de verossimilhança foi narrada com mais ênfase pelo grupo institucionalizado, ao considerar que a

representação audiovisual é espelhada na bíblia e em outros livros sagrados, conteúdo conhecido de seu cotidiano religioso. Essa imersão propiciada pela produção audiovisual, ao estar presente na fala de toda a audiência estudada, se mostra de grande relevância e merece uma atenção acurada em futuras pesquisas.

Mais além, acreditamos que há espaço para ampliação do escopo e aprofundamento do estudo em questão, por fazer parte de um universo tão vasto e complexo. Entender a audiência de um produto ficcional como a telenovela, que faz parte da cultura de milhares de brasileiros e brasileiras, como influenciador de mudanças de comportamentos e atitudes é um desafio, sobretudo, em um formato considerado inovador no Brasil: as telenovelas bíblicas. Em detrimento dos obstáculos, acreditamos que os resultados obtidos por este estudo são reveladores e de caráter científico, considerando a acurácia teórico-metodológica que buscamos seguir, abrindo portas para pesquisas futuras.

Referências

ABEP- Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa. **Critério Brasil**, 2019. Disponível em: http://www.abep.org/criterio-brasil. Acesso em 02 fev. 2024.

ALBUQUERQUE, Elizabeth Maciel de. **Avaliação da técnica de amostragem "Respondent-driven Sampling" na estimação de prevalências de Doenças Transmissíveis em populações organizadas em redes complexas.** 2009 Dissertação (Mestrado em Saúde Pública). Escola Nacional de Saúde Pública Sérgio Arouca – ENSP; Rio de Janeiro: Ministério da Saúde, Fiocruz, 2009.

BALLOUSSIER, Anna V. Cara típica do evangélico brasileiro é feminina. **Folha Uol**, 2020. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/poder/2020/01/cara-tipica-do-evangelico-brasileiro-e-feminina-e-negra-aponta-datafolha.shtml. Acesso em: 23 mar. 2024.

BERLEZZI, Fernando L. C. Das páginas da Bíblia à tela da TV: a adaptação literária na minissérie A história de Ester. **Religião, Linguagem e Confessionalidade**, São Paulo, V. 1, N. 1, p. 66-74, Jan./Jun. 2019.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede** - A era da informação: economia, sociedade e cultura. Tradução de Roneide Venancio Majer. Vol. 1, 4ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

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.

DOMINGUES, Bernardo. Linguagem religiosa e comunicação da fé cristã. **Revista Humanística e Teologia**, p. 43-58, 1992.

FERREIRA, Raquel M. C. Exposição da audiência aos meios: avanços da abordagem de usos e gratificações. **Revista Famecos - mídia, cultura e tecnologia.** Porto Alegre, v. 23, n. 1, jan./abr. 2016.

FERREIRA, Raquel M. C. **A experiência da audiência das telenovelas em portugal: um modelo a partir da teoria fundamentada em dados.** 2010. Tese (Doutorado em Ciências da Computação). Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, 2010.

FERREIRA, Raquel M.C. **Telenovelas brasileiras e portuguesas**: padrões de audiência e consumo. Aracaju: Edise, 2015.

FORTES, Meyer. **O ciclo de desenvolvimento do grupo doméstico**. Cadernos de Antropologia, vol. 6. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1974. p. 1-32.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GLASER, Barney G., STRAUSS Anselm. **The discovery of grounded theory**: strategies to qualitative research. Chicago: Aldine de Gruyder, 1967.

GOMES, A. teledramaturgia bíblica pela TV Record: sentidos e mediações a partir da produção da mensagem. Universidade Federal do Rio Grande do Sul – Brasil. **Ciencias Sociales y Religión/ Ciências Sociais e Religião**, Porto Alegre, ano 19, n. 27, p. 47-71, dezembro de 2017.

GRECO, Clarisse; LIMA, Mariana Marques; PEREIRA, Tissiana. As narrativas bíblicas da Record TV e a consolidação do público evangélico. GI 2 Ficción televisiva y narrativa transmedia. **Anais do Alaic**, Universidad de Costa Rica, 2018. P. 23-28.

KANYAT, Lizbeth; NOVAES, Allan. Telenovela bíblica: ficção televisiva e cultura gospel brasileira. **Anais Eclesiocom - XI Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial**, Universidade Metodista de São Paulo, 2016. P. 1-13.

LOPES, Maria Immacolata V. Telenovela como recurso comunicativo. **MATRIZes**, v. 3, n. 1, p. 21-47, ago/dez 2009.

MALCHER, Maria A. **Teledramaturgia**: agente estratégico na construção da TV aberta brasileira. São Paulo: Intercom, 2010.

MARQUES, Darciele; LISBÔA FILHO, Flavi. A telenovela brasileira: percursos e história de um subgênero ficcional. **Revista Brasileira de História da Mídia (RBHM)**. V. 1, n. 2, p. 73-81, jul.2012.

MARTÍN-BARBERO, **América Latina e os anos recentes**: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUZA, M. W. de (Org.). Sujeito, o lado oculto do receptor. São Paulo: Brasiliense, 1995. p. 39-68.

MIKLOS, Jorge. **A construção de vínculos religiosos na cibercultura**: a ciberreligião. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica). Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC - SP), São Paulo, 2010.

NOVA temporada de 'Os Dez Mandamentos' impulsiona audiência da Record. **Veja. Com**, 2016. Disponível em https://veja.abril.com.br/cultura/nova-temporada-de-os-dez-mandamentos-impulsiona-audiencia-da-record Acesso em: 23 mar. 2024.

PATRIOTA, Karla R. M. C. *et al*. A cartografia de um campo: singularidades e possibilidades nas relações entre religião e consumo nos trabalhos desenvolvidos na Comunicação. Intercom: **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. São Paulo, v. 40 n. 1, jan./abr. 2017.

PATRIOTA, Karla R. M. C *et al*. Comunicação e sociabilidade no Chatroulette: o público e o privado na roleta de imagens. **Rev. Estud. Comun**. Curitiba, v. 11, n. 25, p. 115-124, mai./ago. 2010.

RUÓTOLO, Antônio Carlos. Audiência e recepção: perspectivas. **Comunicação e Sociedade**, São Bernardo do Campo, n. 30, p. 159-170, 1998.

SISTEMA ATALAIA DE COMUNICAÇÃO. **Dados perfil de público das telenovelas bíblicas da Record TV**. Aracaju-Sergipe, 2020.

SILVA, Aroldo Barbosa da; MOREIRA, Lúcia Vaz de. **Envolvimento do pai com o filho com deficiência visual**. Curitiba: Juruá, 2015.

SILVA, Marcos V. M. de; Televisualidades da matriz religiosa espírita na telenovela brasileira. **Extraprensa**, São Paulo, v. 12, n. 1, p. 98–115, jul./dez. 2018, 2018.

STYCER, Maurício. Ibope: "Dez Mandamentos" empata com a "A Regra do Jogo", **TV e Famosos**, 2015. Disponível em: https://tvefamosos.uol.com.br/blog/mauriciostycer/2015/09/11/ibope-previo-dez-mandamentos-supera-pela-primeira-vez-a-regra-do-jogo/ Acesso em: 02 mar. 2023.

THIRY-CHERQUES, Hermano Roberto. Saturação em pesquisa qualitativa: estimativa empírica de dimensionamento. **Af-Revista PMKT** v. 2, n. 3 – p. 20-27, set. 2009, 2009.

TONON, Joseana B. Recepção de telenovelas: mediações, construção de identidade e homossexualidade em mulheres apaixonadas. *In:* Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação - XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2005 **[Anais]** Rio de Janeiro: Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2005. p. 1-17.

VIVAQUA, Arthur. Relembre as minisséries bíblicas já produzidas pela Record. **RD1**, 2015. Disponível em: https://rd1.com.br/relembre-as-minisseries-biblicas-ja-produzidas-pela-record/. Acesso em: 16 mar. 2024.

XAVIER, Nilson. **Teledramaturgia.** Disponível em: http://teledramaturgia.com.br/. Acesso em: 26 jan. 2024.