



CULTO E ENTRETENIMENTO NA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO

Worship and entertainment in the society of the spectacle

Luiz Carlos Ramos ¹

Resumo:

O elemento distintivo da persuasão especializada do discurso espetacular é o *Jogo*, isto é, a diversão, o lúdico. Estabelecido o nexó entre diversão e sensação, pode-se afirmar que as emoções são os fins do entretenimento. Conquanto historicamente a religião institucionalizada tenha combatido veementemente o entretenimento, a Sociedade do Espetáculo acaba por se impor nas mais diferentes instâncias, dando ensejo ao surgimento do Culto Espetacular, na medida em que a teatralidade começa a se insinuar-se nos serviços religiosos. Identifica-se uma primeira geração, dos celebrantes midiáticos intuitivos; sucedidos pela segunda geração, a dos celebrantes midiáticos técnicos ou tecnicistas; e caminha-se para a terceira geração, a dos celebrantes midiáticos especialistas. Surge, portanto uma nova pastoral despreocupada da formação de comunidade, uma educação cristã que desestimula a ciência e a razão, um culto depreciador da história litúrgica-hinódica-homilética, etc.

Palavras-chave:

Culto. Espetáculo. Mídia. Entretenimento. Práxis.

Abstract:

The distinctive feature of specialized persuasion of the spectacular speech is the game, that is, the fun, the playful. In this paper, once we establish the connection between fun and feeling, we will say that emotions are what entertainment is all about. While historically the institutionalized religion has vehemently fought the idea of entertainment, the Society of the Spectacle has finally imposed itself in many different instances, giving rise to the emergence of the Spectacular Worship, in that, theatricality begins to creep up in religious services. In recent history, we can identify a first generation of intuitive media celebrants. A second generation follows, now as celebrants of the more technical or technician media; and we move towards the third generation, celebrants who have become media expert. As a consequence, we see a certain pastoral care that is disconnected with the formation of the community, and a Christian education that discourages science and reason, which develops a sense of worship that is suspicious of historical connections of liturgy-himnody-historical homiletics, and etc.

¹ Luiz Carlos Ramos é clérigo metodista, doutor em Ciências da Religião pela Universidade Metodista de São Paulo, Professor Titular de Práxis Religiosa e Coordenador do Curso de Teologia da Faculdade Teológica Jardim, em Santo André, SP.

Keywords:

Worship. Entertainment. Media. Entertainment. Praxis.

Introdução

Videmus nunc per speculum...
(1Co 13.12)

Para Freud, a sanidade do indivíduo está no confronto dosado entre o princípio do prazer e o princípio da realidade, entretanto, no mundo dominado pela ideologia do entretenimento, promove-se um comportamento patológico decorrente do hiperestímulo do elemento “prazer”, em contraste com a sublimação do referencial da realidade. Por essa razão, conquanto sejam vários os elementos conjugados que compõem o atual quadro que conforma a sociedade do espetáculo (tais como o sexo, a violência e o jogo), nesta abordagem, nos limitaremos àquele que lhe é mais notório e caricato: o entretenimento.

Sim, o elemento que marca a persuasão especializada do discurso espetacular é o *Jogo*, isto é, a diversão, o lúdico, o brinquedo, o passatempo, o entretenimento — e é mais fácil experimentá-lo do que explicá-lo. Tentemos, assim mesmo, compreender melhor o que é isso de que estamos falando (e, tão frequentemente, usufruindo).

Em português, a palavra *jogo* tem origem latina em *jocus*, gracejo, graça, pilhéria, mofa, escárnio, zombaria. A relação com o humor, o riso, o cômico fica evidente. Quanto à palavra *diversão*, do latim *diversio,ónis*, remete a “digressão, diversão”, do verbo *divertere*, afastar-se, apartar-se, ser diferente, divergir. Tal termo sugere um desvio do corrente por meio do distanciamento, o que o liga ao conceito de alienação. A palavra *lúdico*, carrega a idéia de sua etimologia *ludibrium*, que denota brinquete, zombaria, insulto, ultraje, engodo e *ludius*, que é o pantomimo, o comediante. Ao termo *lúdico* também se liga a *brinquedo*, definido como algo “que se faz por gosto, sem outro objetivo que o próprio prazer de fazê-lo”. A palavra *brinquedo* inclui, ainda, o elemento de composição antepositivo *brinc-*, ou *vrinc-* (*vinclu*), que significa ligar, prender, amarrar, atar, juntar, enfim, sugere a idéia de liame, laço, atadura, vínculo. Sugere a idéia de algo a que alguém se liga por mero prazer. A expressão *passatempo*, por sua vez, sugere a atividade que se faz por puro divertimento, para “matar o tempo”, como se diz popularmente, e também sugere uma digressão, um desvio, não somente do contexto de espaço, sugerido pela palavra *diversão*, mas da própria noção de tempo. Todos esses termos estão concentrados de maneira muito particular na noção de *entretenimento* que caracteriza a sociedade espetacular e, particularmente, o universo mediado.²

Um estudo relevante sobre o *entretenimento* na sociedade moderna foi feito por Neal Gabler que, tomando a sociedade estadunidense como referência, procura entender por que o entretenimento se tornou o seu valor número “um”. Para esse autor,

de fato, Karl Marx e Joseph Schumpeter parecem ter errado ambos. Não se trata de nenhum “ismo”, mas talvez o entretenimento seja a força mais poderosa, insidiosa e

² HOUAIS, A. *Dicionário eletrônico Houais da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Perspectiva, 2001.

inelutável de nosso tempo — uma força tão esmagadora que acabou produzindo uma metástase e virando a própria vida.³

Gabler procura demonstrar o nexos existente entre entretenimento e sensação. O elemento sensório do entretenimento é tão central que está envolucrado na própria palavra. Como notou o autor, etimologicamente, *entretenimento* vem do latim *inter* (entre) e *tenere* (ter). Conquanto se entenda *entretenimento* como sendo “aquilo que diverte com distração ou recreação” ou “um espetáculo público ou mostra destinada a interessar ou divertir”, na constituição mesma da palavra está presente a idéia de “ter entre”. Isto é, os filmes (cinema), os musicais (shows), os romances e as histórias em quadrinhos (livros), as telenovelas (TV), os jogos eletrônicos, para citar alguns, atraem os indivíduos, “mantendo-os cativos” levando-os cada vez mais para dentro de si mesmos, de suas emoções e sentidos (novamente a idéia de espelho da realidade interior do indivíduo).

Gabler sugere que com o entretenimento se dê o oposto da arte. A idéia que se tinha era a de que a arte propiciava o *eckstasis* — cuja idéia é a de “deixar sair, colocar para fora”; enquanto que “o entretenimento em geral fornece justamente o oposto: *inter tenere*, puxando-nos para dentro de nós mesmos para nos negar a perspectiva”.⁴ Se a arte era dirigida a *uma* pessoa, o entretenimento se volta ao maior número possível de pessoas, isto é, lida com uma platéia numerosa que é considerada como *massa*, “um conjunto de estatísticas”.⁵ Se a arte é concebida como *invenção*, o entretenimento é tido como *convenção*, porque “busca constantemente uma combinação de elementos que já despertaram certa reação no passado, na suposição de que a mesma combinação provocará mais ou menos a mesma reação de novo”.⁶

As emoções e as sensações são os fins do entretenimento e isso ele obtém porque se apresenta “divertido, fácil, sensacional, irracional”.⁷ Manuel Castells comenta o fato de que a expectativas de demanda por entretenimento “parecem ser exageradas e muito influenciadas pela ideologia da ‘sociedade do lazer’”.⁸ Trata-se de um mundo onde os sentidos triunfaram sobre a mente, a emoção sobre a razão, o caos sobre a ordem, o id sobre o superego. A estética do entretenimento torna-se cada vez “maior, mais célebre, mais barulhenta, como se o desejo de uma sobrecarga sensória fosse, assim como o sexo, um impulso biológico em estado bruto, difícil de resistir”.⁹

Culto espetacular

Historicamente, a religião institucionalizada opôs-se veementemente ao entretenimento, a exemplo da pregação de João Crisóstomo (354-407).¹⁰ E constata-se a frequente repressão e censura religiosa que marcou a separação entre o mundo secular e a religião tradicional, ao longo

³ GABLER, N. *Vida, o filme: como o entretenimento conquistou a realidade*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000. p. 17.

⁴ GABLER, 2000, p. 25.

⁵ GABLER, 2000, p. 26.

⁶ GABLER, 2000, p. 26.

⁷ GABLER, 2000, p. 27.

⁸ CASTELLS, M. *A sociedade em rede*. Tradução de MAJER, R. V. São Paulo: Paz e Terra, 1999. p. 390.

⁹ GABLER, 2000, p. 25.

¹⁰ RAMOS, L. C. *A Pregação na Idade Média: os desafios da sociedade do espetáculo para a prática homilética contemporânea*. (2005). 280 f. Tese (Doutorado em Ciências da Religião – Práxis e Sociedade), Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2005. p. 48-50.

de toda a Idade Média, e que se disseminou principalmente entre os protestantes puritanos. Estes se notabilizaram pelas objeções às expressões populares “licenciosas”, tais como dramatizações, canções, danças, jogos e festas sazonais.¹¹ Entretanto, em meados do séc. XIX, teve início uma ruptura com essa postura histórica em relação ao entretenimento. Isso coincidiu com o surgimento de um grande número de novas denominações religiosas, que passaram a disputar os fiéis como os estabelecimentos comerciais concorrentes disputam clientes. Segundo Gabler, a proliferação de inúmeras denominações religiosas diferentes, que rapidamente se expandiam e espalhavam, nos Estados Unidos do séc. XIX, “entre as quais se podia escolher livremente”, resultou em uma prática religiosa que se tornou “tão altamente divertida que acabava por minar bastante as expressões obrigatórias de desdém dirigidas ao entretenimento”. Referindo-se ao protestantismo evangélico, Gabler afirma tratar-se de “uma religião democrática — altamente pessoal e não hierárquica, vernácula, expressiva e entusiástica” que “evitando a doutrina e o comedimento” preferiu a emoção à teologia. Isso porque essa estratégia funcionava melhor para atrair o público do que as tradicionais posturas puritanas.¹²

A profundidade da fé passa a ser medida não pela plausibilidade teológica dos seus postulados, mas pela intensidade da emoção sentida pelo indivíduo que se abandona no fervor religioso, experimentado no contexto dos cultos. Em tais cultos, os fiéis são tomados por “ataques de catalepsia, convulsões, visões, acessos incontroláveis de riso, súbitas explosões de cantoria e até mesmo de latidos [urros, gemidos, grunhidos, e todo tipo de afetação]”.¹³ Essa prática marca o maior movimento religioso da atualidade, não somente nos Estados Unidos, mas em todo o continente americano e em muitas outras regiões do planeta. Na constatação de Gabler, “ao rejeitar uma religião racional em favor de uma religião emocional e imoderada” os evangélicos terminaram por disseminar-se “nas mesmas fileiras do entretenimento”.

Assim, a teatralidade¹⁴ começa a “insinuar-se nos serviços religiosos”¹⁵: sermões outrora marcados pelo severo rigor teológico dão lugar a anedotas, historetas, episódios engraçados e apartes coloquiais; rituais circunspectos são substituídos por manifestações extáticas, condutas extravagantes e exultações joviais — em grande sintonia com a ascensão da cultura popular. Até o final do século XIX, a cultura popular já se transformara na cultura dominante nos Estados Unidos e, por essa razão, Gabler afirma que, “dali em diante” estaria declarada e promulgada a “a República do Entretenimento”¹⁶, e esta, desde então, vem se expandindo por toda parte.

Em nossos dias, mais do que tudo, pode-se verificar o resultado disso tudo para o culto público, tanto das igrejas de confissão cristã como o das diferentes expressões e culturas religiosas.

Podemos arriscar a seguinte categorização: 1ª. geração: celebrantes midiáticos intuitivos; 2ª. geração: celebrantes midiáticos técnicos; e 3ª. geração: celebrantes midiáticos especialistas.

¹¹ Sobre o puritanismo e a cultura popular, ver CUNHA, M. D. N. “*Vinho novo em odres velhos*”: Um olhar comunicacional sobre a explosão gospel no cenário religioso evangélico no Brasil. (2004). 347 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004. p. 68-72.

¹² GABLER, 2000, p. 30.

¹³ GABLER, 2000, p. 31.

¹⁴ Para uma abordagem sobre a relação entre teatro e religião, ver CAMPOS, L. S. *Teatro, templo e mercado: organização e marketing de um empreendimento neopentecostal*. Petrópolis: Vozes, 1997. p. 61-114.

¹⁵ GABLER, 2000, p. 32.

¹⁶ GABLER, 2000, p. 37.

Estamos vivenciando, ainda, o final da primeira geração, a dos celebrantes midiáticos intuitivos. Sem formação na área tecnológica ou da comunicação mediada, mas com espírito empreendedor e grande iniciativa, são os pioneiros da tele-religião e conquistaram lugar definitivo na mídia.

Aos poucos, essa primeira geração vai dando lugar aos seus sucessores, já melhor preparados tecnicamente para o desempenho do seu papel de tele-celebrantes. Mas trata-se ainda de uma presença muito tímida. Estes sabem que a mídia exige a substituição do discurso oral-verbal pela expressão imagético-visual. Sabem que o meio exige uma dinâmica mais veloz e ágil, esforçam-se para descobrir caminhos. Mas saber “o quê” não é o mesmo que saber “o como”. De modo que o que temos ainda é a reprodução das cerimônias reais nos meios de comunicação.

Teremos que aguardar a próxima geração, a dos especialistas, que com o *know-how* acumulado à custa dos erros e acertos das gerações anteriores, poderão amadurecer a inter-relação entre a fé na mídia e a mídia na fé.

No momento presente, lamentavelmente, ainda temos muitos tele-celebrantes incompetentes (tanto técnica como teologicamente falando). Alguém já disse que não há nada pior do que um incompetente com iniciativa e empreendedorismo. Os estragos que causam podem ser irreversíveis.

É preciso, portanto, mais do que iniciativa e espírito empreendedor. É necessária uma *competência tecnoteológica*.

É notório o despreparo teológico dos religiosos que estão em destaque na mídia. Na área de Bíblia, percebe-se o quão superficial é o conhecimento demonstrado. O procedimento exegético é tão raro que os poucos casos que eventualmente apareçam são a exceção que confirma a regra.

Em termos de teologia, cristologia e pneumatologia dos tele-religiosos, a única coisa que é sistemática é o desprezo pelos teólogos e por suas elaborações teológicas. São raríssimas as alusões aos grandes teólogos, sejam os da atualidade, sejam os da história da Igreja. Quando algum deles é mencionado, é para depreciá-lo, e desautorizá-lo com pilhérias e gracejos humilhantes. No entanto, a teologia midiática está muito mais próxima da medieval do que da reformada, pelo esvaziamento do conceito da Graça, e pela ênfase numa soteriologia meritória, baseada na teologia da retribuição.

Pastoralmente, não há a preocupação com a criação de “comunidade”, e a solidariedade não é virtude que mereça lugar de destaque. A educação cristã também está em baixa, o estudo é desestimulado com base na falácia de que a razão milita contra a fé. A concepção do culto deixa clara a ignorância histórica da caminhada litúrgica, homilética e hinológica do cristianismo (a inanição litúrgica é comovente!). A missiologia presente na mídia pouco tem a ver com a implantação dos valores do Reino de Deus, anunciado por Jesus de Nazaré, mas está preocupada muito mais com as vantagens e benesses que se pode auferir da religião. A poimênica midiática é generalista e generalizadora. Incapaz de um atendimento pessoal e humanizado pautado pelo bom-senso, limita-se a oferecer orientações alinhadas aos estereótipos e às generalizações do senso-comum – que amiúde é preconceituoso, discriminatório, reducionista, simplista, e, a rigor, reflete a ideologia dominante.

Diante de tanta incompetência, qual é o segredo então do “tremendo” sucesso dos astros e estrelas da fé?

Este espaço não nos permite aprofundar a questão como gostaríamos, no entanto, quero aqui fazer algumas indicações que podem nos ajudar:

Pra começar, devemos tomar em conta a *estratégia da mídia*, que, para alcançar seus objetivos, recorre a elementos *coersedutores* tais como o narcisismo, o mecanismo de transferência, o fascínio das estrelas e os estereótipos.

Destes, gostaria de destacar o *fascínio das estrelas*. “A estrela é arquetípica” e fascina porque se torna “a expressão sublimada das próprias crenças, das próprias necessidades”.¹⁷ A veneração dos fãs pelas estrelas ou celebridades nem sempre depende do talento destas e é comum que se dê mais importância às suas qualidades físicas do que à competência profissional. No dizer de Neal Gabler, não é necessário “haver talento algum para obtê-la [a fama]”, pois tudo de que precisa é “a santificação da câmara de televisão”.¹⁸ Para Ferrés, “a pessoa que seduz, de certo modo, se apodera da alma do seduzido”, num ato de vampirismo espetacular, pois o seduzido se entrega incondicionalmente reconfigurando sua própria personalidade segundo os moldes da estrela, por associação ou transferência de tudo o que ela encarna — a moda ditada pelas celebridades seria um claro indício desse processo.¹⁹ No campo religioso, essa tendência mimética, ou vampírica, também é notória na reprodução de trejeitos, expressões, posturas e convicções ideológicas tanto por parte da liderança clériga quando laica, ditados pela moda religiosa espetacular. São as estrelas que determinam o padrão de beleza física, de postura moral, de estatura espiritual... A reprodução desse comportamento espetacular se nota, inclusive, na veneração pia a expoentes (astros) religiosos por parte de fiéis (fãs) devotos. Acontece que, em grande parte, isso se dá de maneira despercebida e desapercibida. Não se trata de um processo consciente porque, como exemplificou Ferrés, quando uma estrela parece vender lágrimas, está vendendo sabão, e quando parece estar vendendo produtos, está vendendo valores.²⁰

Observações

* Sobre as grandes transformações pelas quais o mundo está passando, ver DERTOUZOS, M. *O que será: como o novo mundo da informação transformará nossas vidas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1997. Compare-se com escritos de três décadas atrás: RAP, H. R. *Cibernética e teologia: o homem, Deus e o número*. Petrópolis: Vozes, 1970. Ver também NEGROPONTE, N. *A vida digital*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

* O neologismo “alfaBITo” associa ao conceito “alfabeto” o BIT, unidade de informação padrão no mundo da informática. Os internautas costumam zombar dos inexperientes nas questões digitais referindo-se a eles como “analfaBITS de pai e placa-mãe”.

Referências

CAMPOS, L. S. *Teatro, templo e mercado: organização e marketing de um empreendimento neopentecostal*. Petrópolis: Vozes, 1997.

¹⁷ FERRÉS, J. *Televisão subliminar: socializando através de comunicações despercebidas*. Tradução de NEVES, E. R. B. A. Porto Alegre: Artmed, 1998. p. 113.

¹⁸ GABLER, 2000, p. 179.

¹⁹ FERRÉS, 1998, p. 120-121.

²⁰ FERRÉS, 1998, p. 126-127.

CASTELLS, M. *A sociedade em rede*. Tradução de MAJER, R. V. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CUNHA, M. D. N. *“Vinho novo em odres velhos”*: Um olhar comunicacional sobre a explosão gospel no cenário religioso evangélico no Brasil. (2004). 347 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

DERTOUZOS, M. *O que será: como o novo mundo da informação transformará nossas vidas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

FERRÉS, J. *Televisão subliminar: socializando através de comunicações despercebidas*. Tradução de NEVES, E. R. B. A. Porto Alegre: Artmed, 1998.

GABLER, N. *Vida, o filme: como o entretenimento conquistou a realidade*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

HOUAIS, A. *Dicionário eletrônico Houais da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Perspectiva, 2001.

NEGROPONTE, N. *A vida digital*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

RAMOS, L. C. *A Pregação na Idade Mídia: os desafios da sociedade do espetáculo para a prática homilética contemporânea*. (2005). 280 f. Tese (Doutorado em Ciências da Religião – Práxis e Sociedade), Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2005.

RAP, H. R. *Cibernética e teologia: o homem, Deus e o número*. Petrópolis: Vozes, 1970.