



## FÉ NA MÍDIA

Heinrich Araújo Fonteles<sup>1</sup>

### Resumo:

O presente trabalho tem por objetivo refletir sobre a presença das imagens da Fé na mídia, apresentando o poder simbólico que esta adquire na sua relação com a cultura ao fazer uso dos elementos e de alguns códigos da memória cultural arcaica. Refletiremos acerca de como a indústria de massa (a técnica), exemplificada através do processo de vulgarização, simplifica, maniqueia, moderniza e atualiza as imagens, provocando outro significado por meio dos processos de identificação e projeção: o consumo. Procuramos, ainda, analisar como o senso de realidade que a mídia assume ao tentar estabelecer sentido, gera, como consequência, um senso de religiosidade. E também perceberemos num percurso histórico do corpo à imagem técnica, como o uso da fé legitima a força simbólica da mídia, ao passo que esta para executar seu principal ato, faz uso do senso de religiosidade.

**Palavras-chaves:** cultura; mídia; tele-evangelismo; programa Show da Fé

### Abstract:

The current paper aims to develop a thought over the presence of the religious images on the TV media, showing the symbolic power it obtains in relation to the culture when it makes use of elements and some ancient codes. We will think on how the mass industry, through the vulgarization process, simplifies, builds Manichaeism, updates and modernizes the images, triggering the consumption throughout the TV spectator's identification and projection. Plus, the study calls out attention on the reality sense that the media assumes and by doing it, it assumes a religiosity sense. We also intend to understand through the history how the faith sense legitimates the media's symbolic power, as well as comprehend how the media to execute this act, makes use of the religious sense.

**Key-words:** Culture; Media; tele-evangelism

---

<sup>1</sup>

Universidade Presbiteriana Mackenzie





## FÉ E MÍDIA<sup>2</sup> PRIMÁRIA

Os nossos antepassados sabiam, compreendiam e exercitavam muito bem a dimensão da fé em suas vidas. Através desse mecanismo explicavam a realidade, os fenômenos da natureza, os conflitos e a vida como um todo, e esta fé os guiava, os orientava e os servia como elo de ligação social na comunidade.

Fé na concepção da palavra significa confiar, dar confiança, daí o sujeito pode ser leal e assumir compromissos, mesmo sem visualizar a concretude daquilo que se almeja pela fé. Neste sentido, o sujeito primevo entendia sua vida, conduzia-se socialmente. E tudo fazia sentido.

A crença nos mitos e nas suas manifestações determinavam e fixavam os modelos exemplares de vida, condutas e os comportamentos sociais necessários em uma vida comunitária. Afinal, a própria comunidade era o centro integrador da vida social.

(...) a função mais importante do mito é, pois, fixar modelos exemplares de todos os ritos e de todas as atividades humanas significativas: alimentação, sexualidade, trabalho, educação etc. (ELIADE, 1992:87).

Eliade (1992), nos seus estudos sobre a religiosidade do indivíduo primevo, revela-nos o sentido religioso que habitava a consciência deste ao ocupar os espaços sociais, os quais considerava como espaços não homogêneos. Havia espaços profanos e sagrados. Assim, o sujeito primevo separou espaços e tempos nos quais a manifestação da fé religiosa deveria ser exercitada. Este exercício deveria acontecer num espaço público, sagrado, e num tempo sagrado, separado da vida profana. Ali, na participação e na

<sup>2</sup> A palavra mídia vem do latim medium e significa meio, ponte, canal ou vínculo entre dois pontos, sendo o seu plural o substantivo masculino media. Assim, muitos autores ainda preferem se referir, corretamente, aos meios como os media. A adoção da palavra mídia em português se deve à influência da pronúncia inglesa de media. (KLEIN,2003:2)





ritualização do ato religioso, o sentido e o significado cosmogônico do mito era rememorado e reatualizado. Ao participar das gestas do mito, o sujeito sentia-se fundante do ato cosmogônico primeiro. Todo o acontecimento dos atos dos deuses se fazia presente na manifestação da fé. E isto referencializava a vida, a forma de pensar e conseqüentemente a ação do indivíduo.

(...) “situar-se” num lugar, organizá-lo, habitá-lo são ações que pressupõem uma escolha existencial: a escolha do universo que se está pronto para assumir ao “criá-lo”. Ora, esse, “universo” é sempre a réplica do universo exemplar criado e habitado pelos deuses: participa, portanto, da santidade da obra dos deuses. (ELIADE, 1992:87).

Baitello Jr. (2005), citando H. Pross, nos explica que nos atos presenciais se manifesta a mídia primária. Esta requer tempos e espaços nos quais os interlocutores estejam presentes, nos quais todos os sentidos (sensoriais) favoreçam a comunicação entre os seres vivos. Nesta perspectiva, o conflito, a complexidade, as diferenças não são e não podem ser sumarizadas ou anuladas, mas pelo contrário fazem parte dos enfrentamentos e negociações que favorecem a construção do próprio sentido da realidade, que referencia a todos, e que é por estes compartilhada.

Sob esta ótica, nos atos primevos das manifestações religiosas, a participação do sujeito, sua sensibilidade presencial é um dos elementos exigidos para se viver e conviver em comunidade. A fé expressa aqui nasce na crença e na força desta realidade construída socialmente, pois esta lhes serve de referência. As experiências estéticas trazem sentido e dão significados aos atos. Por si só preenchem a necessidade ontológica do indivíduo de reviver, de rememorar a morada dos deuses e dos gestos fundantes, habitando assim o paraíso perdido. Esta manifestação participativa da fé traz em seu bojo um senso de religiosidade capaz de religar o sujeito aos atos cosmogônicos. Este poderoso senso de religiosidade, explicado por Flusser (2002), compartilhado e vivenciado nestas





participações reais dão um eficaz senso de realidade, trazendo segurança ao sujeito, apaziguando seus medos e anseios. Um sujeito aberto ao campo religioso, à dimensão sacra do mundo.

Refletindo essa ambiência da mídia primária e da fé, a comunicação proporcionada por esta mediação do corpo e seus sentidos garantia uma eficácia das intenções. O que o mito precisava dizer, instruir, ensinar e anunciar era compartilhado na experiência viva e sensorial da participação real de todos, num dado espaço e tempo social proposto a esta objetividade, com repercussões e ressonâncias além deste espaço e tempo restrito, acompanhando o sujeito por todos seus atos, condutas, comportamentos e narrativas.

Nos contatos da mídia primária o sujeito está aberto ao campo sensorial do outro. Numa situação emblemática, tipicamente social, onde dois indivíduos entram em contato, não há como se saber o enredo ou o desenrolar de uma conversa. Os corpos, os sentidos, os gestos conduzem o desenrolar da cena. Não há como apertar a tecla “delete” para fazer sumir da sua presença o olhar do outro. Nesta situação complexa, assim como em tantas outras, o sujeito deve conduzir-se de forma a dar uma solução socialmente aceitável a sua problemática.

Conforme Chauí (2005), a consciência mítica explicava todos os fenômenos naturais, seus reflexos na vida social, e segundo Eliade (1992) fixava as condutas, comportamentos e formas de sobrevivência. Os cinco sentidos (mídia primária) estavam presentes e eram aguçados na intensidade da vida social, sendo esta referência e aproximação do mundo concreto.

## **FÉ E MÍDIA SECUNDÁRIA**

Quando as narrativas dos acontecimentos dessas experiências religiosas se historicizam, uma outra mídia entra em cena – a mídia secundária. Para além da presença





física, o indivíduo, no seu caminhar histórico, decide pontuar ações, ritos, condutas, pensamentos, narrativas da própria cultura visando garantir sua continuidade. Pinturas, esculturas manifestam este desejo de vencer a barreira do tempo em busca da imortalidade. Baitelo Jr (2005) nos revela que neste caminhar o sujeito deixa a tridimensionalidade<sup>3</sup>-dos corpos, para uma dimensão bidimensional. O indivíduo perde sua profundidade. Neste sentido, a fé adquire cores e imagens nas rochas, paredes e em tantos outros suportes, configurando neste próprio suporte a própria realidade desta fé. O aparato, o suporte adquiriu status ontológico divino, uma hierofania. Onde este estivesse, no ponto fixo que se estabelecesse seu espaço, ali seria manifestada a fé. A presença dos corpos só faria sentido se os símbolos e códigos, manifestados no suporte, estivessem demarcando este território. A presença do suporte mediava e manifestava não só o divino, mas também a autoridade do mito, cujos desdobramentos se efetuavam na comunidade. Sua presença exigia fé, confiança. O real estava ali. Podemos perceber em várias culturas esta sugestão. A arca da aliança do povo Judeu, por exemplo, presentificava o divino no meio deles, era a garantia de que um ser superior estava no meio da comunidade.

Não só para esta cultura, mas também para várias, um outro problema emergia, a questão da transportabilidade do suporte. Como carregar uma rocha em distâncias, uma pedra, e outros suportes? A mediação do suporte, sua simbologia e deslocamentos, trouxeram dificuldades nunca antes vivenciadas pelo homem primevo. Essa nova realidade gerou interferências que se refletiram na relação do homem com o mito e com a sua comunidade.

As narrativas míticas, com o advento do desenvolvimento da escrita, quebram a barreira do tempo e espaço. Histórias passam a ser contadas, vivenciadas em outros

---

<sup>3</sup>

Dimensões da Escalada da Abstração propostas por Vilém Flusser, apresentadas por Norval Baitelo Jr (2005)





lugares e por outros interlocutores. Baitello Jr (2005), evidencia que as informações bidimensionais são agora transformadas numa dimensão unidimensional – linear. Os eventos passam a ser contados em seqüência, num sistema de causa e efeito, com isso os textos adquirem um status de explicação, de representação da realidade, mediando o mundo e os homens. A verdade não mais estava na participação real, mas sim na compreensão do que o texto afirmava, na observância e cumprimento de tais interditos.

Neste sentido, a mídia secundária assumiu um destaque inimaginável à época. Conforme Flusser (2002:10) "*a escrita funda-se sobre a nova capacidade de codificar planos em retas e abstrair todas as dimensões (...) Ao inventar a escrita, o homem se afastou ainda mais do mundo concreto (...)*" As festas, os rituais passaram a ser rememorados conforme o texto, configurando a participação de todos nos eventos. O que vale é o que está escrito. A textolatria entra em cena. Na atualidade, este fenômeno é perceptível, principalmente, nas religiões fundamentalistas cristãs e islâmicas, na qual o texto escrito testifica a manifestação da fé, da verdade. Fora deste crivo, nada é verdade, é pura difamação e heresia.

A escrita, na tentativa de reconstituir as imagens abstraídas, esbarra na dificuldade e na capacidade do indivíduo de abstrair, de simbolizar. Além da visão, outro recurso é exigido do sujeito, sua capacidade de decifrar textos, reconstituindo-os em imagens. Uma crise se anuncia. Segundo Flusser (2002), os textos não mais significam imagens. O sujeito passa a viver em função dos textos, de suas determinações e dogmas expressos como verdade. Estes parecem assumir um crivo de *fé pública*<sup>4</sup>. E, como tal, adquire um status de autoridade perante todos na comunidade. Este indivíduo necessita entender e imaginar o teor da mensagem contida nas narrativas do texto. Neste sentido, o tempo

---

<sup>4</sup>

Termo utilizado pelo direito para afirmar que um documento é verídico. Se estiver lavrado e assinado por autoridade jurídica, tem fé pública, pode-se dar fé, confiar em sua autenticidade e veracidade.





lento da decifração é necessário, sem o qual o entendimento do texto fica prejudicado, tornando-se literal.

Com o objetivo de acelerar esta compreensão, resolver os problemas da transportabilidade dos textos, a técnica surge como elemento salvacionista.

### FÉ E MÍDIA TERCIÁRIA

Com a crise que se deu com a linearidade da escrita, e a força simbólica que esta adquiriu, ocorre uma perda na capacidade de recodificar as imagens. Conforme Flusser (2002), os textos que não evocam imagens - literalidade-, com o desenvolvimento da técnica, reaparecem num novo cenário. Conforme Baitello Jr. (2005), na análise do autor citado, o unidimensional – linear – é substituído pelo nulodimensional, sem a profundidade das imagens.

As imagens produzidas por aparelhos, sendo estes invenções da técnica, têm a pretensão de mediar o mundo e o sujeito. E esta imagem, para ser mais convincente, faz uso dos meios estéticos e do espetáculo a fim de resgatar a magicização perdida com o advento da escrita.

Como as imagens são auto-referenciais, dificulta-se sua decifração por já estarem transformadas em superfícies planas, como se o significado fosse a causa e a imagem apenas o efeito. Devido ao caráter objetivo da imagem técnica, quem a vê acredita nesta representação do mundo proposta como se as imagens fossem janelas e não representações. *O observador confia nas imagens técnicas tanto quanto confia em seus próprios olhos.* (Flusser,2002:14)

Por outro lado, a imagem técnica é desmagicizante, pois é transparente. O desencantamento advindo da técnica torna qualquer imagem autoexplicada, não





necessitando de um trabalho de imaginação. A profundidade da experiência estética se coloca como limite em si mesma. Ir além da imagem, tentar decifrá-la seria inútil.

Nesta perspectiva, visando iludir o observador com uma hiper-realidade, a imagem o trai, pois a imagem técnica reveste-se de elementos míticos arcaicos (luz) a fim de reconstituir a magia perdida, operando com o senso de religiosidade. Sob tal efeito, a imagem tem por objetivo emancipar o sujeito da necessidade de pensar conceitualmente. Tudo já está à mostra, é visível. Parece que tudo está muito claro e evidente. É "palpável" ao olho humano. As coisas são expostas e as imagens se autoreferenciam, pois a realidade da qual estas mesmas procedem, fazem uma representação própria do mundo, apresentando um mundo-imagem.

O que pretendemos na presente reflexão é justamente trazer a baila esta sombra que se esconde por trás das imagens. Escondidos estão o aparelho-operador, a entidade que cria as imagens, à imagem e semelhança de seus idealizadores. Sob tal perspectiva, há muitos meios pelos quais visa-se dar realidade à imagem para que estas se confundam com a própria realidade. Neste sentido as idéias propostas por E. Morin são apropriadas para entendermos a mídia, a lógica midiática e sua interferência na cultura.

### **O processo de dessacralização/desencantamento: a religião e a técnica**

Nossa proposta, nesta parte, é evidenciar que, devido ao desenvolvimento da técnica, resultante do desenvolvimento industrial que possibilitou a mídia assumir um destaque especial e de grande importância na sociedade, esvaziam-se os aspectos da imagem relativos à religiosidade, ao significado buscado pelo homem, já que esta adquire um novo formato, menos mítico, e cada vez mais espetacular. E, para ilustrar







tal fenômeno na televisão, analisaremos um quadro do programa “Show da Fé”<sup>5</sup>, exibido na Rede Bandeirantes de TV.

Nesta espetacularização das imagens, a religião se profana. Como afirma A. Klein (2004), a incorporação do espírito da cultura de massa, o espetáculo, interfere e molda as celebrações religiosas. Nesta linha de pensamento, Morin (1997) nos mostra os processos que fazem com que uma criação, uma invenção ou uma obra (e uma imagem) possam ser transformadas em uma produção em série, despersonalizando a criação, qualquer que seja ela.

Segundo Morin, a indústria cultural e a sociedade que dela resultou vivem um paradoxo, pois ao mesmo tempo em que tem por objetivo alcançar o maior número de pessoas, precisa padronizar sua produção; o consumo cultural exige um produto individualizado e novo.

Neste sentido, a estrutura técnico-burocratizante precisa racionalizar a produção a fim de otimizar-se, visando alcançar o máximo de consumidores. E, nesta padronização, a obra precisa do antídoto que dá características de novidade, personalidade e unicidade à mesma.

Nessa racionalização econômica da produção, a cultura de massa democratiza o acesso ao produto a um maior número de pessoas, o grande público que constitui a meta da indústria cultural – atingir o máximo de público através do processo de vulgarização que tem por objetivo adaptar a obra, torná-la mais fácil de ser entendida e consumida pelo grande público. No nosso estudo, a Fé, alusão direta ao programa “Show da Fé”, tão difícil de ser explicada ao homem moderno racional, e a Bíblia, tão difícil de ser lida, interpretada, têm de ser adaptadas ao grande público heterogêneo.

<sup>5</sup> Fonteles, Heinrich Araújo. *Programa show da fé: um retrato da construção midiática da imagem religiosa evangélica* / Heinrich Araújo Fonteles. São Paulo, 2007.





E para que a obra possa ser vulgarizada, Morin propõe os processos elementares de vulgarização: simplificação, modernização, maniqueização e atualização (1997).

### Os processos de vulgarização: a imagem sem complexidade

Nestas categorias explicadas por Morin, para que uma obra seja *simplificada* deve conter os seguintes elementos: esquematização de intrigas; redução do número de personagens e dos caracteres a uma psicologia clara, ou seja, devido à natureza presente da cultura de massas, com ênfase no máximo consumo, a obra, ao ser dirigida ao grande público, em sua maioria heterogêneo, e para que esta atinja o homem médio comum, necessita que tenham suprimidos os níveis de complexidade, tornando a produção mais inteligível e de fácil entendimento a este homem comum, que representa, para a indústria de massa, a aglutinação universal presente no grande público e em cada consumidor, pois, para Morin, o que homogeneiza toda esta heterogeneidade do grande público é a identidade de valor de consumo.

Quanto à *maniqueização*, a obra deve apresentar elementos do binarismo – luta entre o bem e o mal – apresentando na estrutura da narrativa traços simpáticos e antipáticos; o herói e o anti-herói, Deus e o diabo. De acordo com Morin, tal estrutura causa a participação afetiva do telespectador. Para que este efeito de participação seja eficiente, deve-se atualizar a obra por esquemas de psicologia e dramatização no seio da obra do passado; assim, aplica-se uma idéia, conceito contemporâneo na antiguidade mais remota, ou seja, se hoje o tele-fiel precisa doar, dar o dízimo ou associar-se como condição para adquirir a prosperidade, ser bem sucedido na vida e obter as graças divinas – idéia bem clara da Teologia da Prosperidade –, está repetindo, reatualizando o que os grandes profetas, as grandes narrativas já descreviam, ou orientavam. Segundo Morin, mais radical que a *atualização*, a





*modernização* opera uma transferência pura e simples da ação do passado para o tempo presente, ou seja, um texto de uma narrativa do passado é reaplicado no presente, sem recontextualização.

Exemplificando melhor o processo da *modernização*, as narrativas bíblicas descrevem que o homem religioso adorava e obedecia aos seus deuses através de sacrifícios, o que custava muito ao seguidor. Mas este, em forma de reverência e por saber que o resultado da obediência reafirmava a aliança do mito com seu adorador, realizava o sacrifício. Esta idéia trazida para o presente pelo processo da modernização exige do (tele)fiel o seu sacrifício, aquilo que mais custa ao mesmo. E hoje, nesta identidade de consumidor, muitas vezes aquilo que custa mais ao (tele)fiel é o seu poder de consumo – o dinheiro, que é doado através de dízimos e ofertas, e também ao consumir e adquirir os produtos recomendados. Se crer, doar, e, doando, estará sendo fiel ao mito fundante da religião, portanto, selará sua participação nas alianças divinas.

Pegemos como exemplo o quadro “A novela da vida real”, no qual é mostrada uma narrativa que tem um tom novelesco, em que os mesmos temas específicos são sempre tratados e repetidos. Temas como desemprego, doenças, problemas familiares, vícios, possessões demoníacas e distúrbios, pobreza, dentre outros. Segundo Morin, a cultura de massas fabrica romances sentimentais em cadeia, padronizando grandes temas, fazendo clichês.

Neste quadro “A novela da vida real”, conforme a produtora do programa Graziela Guerra<sup>6</sup>, uma equipe de reportagem acompanha a gravação, e faz a entrevista com a protagonista da cena. Depois que o quadro é exibido, a pessoa, a personagem, a

<sup>6</sup> Para mais informações sobre os comentários da produtora do programa e da entrevista concedida pelo pastor Éber Cocarelli, indicamos Fonteles, Heinrich Araújo. *Programa show da fé: um retrato da construção midiática da imagem religiosa evangélica- Uni..* São Paulo, 2007.





protagonista da novela é entrevistada pelo próprio missionário no culto, quando na gravação do mesmo, a câmera faz sempre close e contra-close entre esta pessoa e o missionário.

As cenas dramatizadas no quadro “A novela da vida real” são bem simplificadas. Há a participação de poucos atores e os enredos são reduzidos a poucos dramas psicológicos, respeitando os critérios de padronização dos grandes temas mencionados. Muitas vezes há apenas uma entrevista com o protagonista, que narra sua história sempre retratando um daqueles temas específicos já previstos e citados anteriormente. Atualmente, depois de alguns estudos, o programa optou por manter apenas uma entrevista com o protagonista, geralmente com diálogos simples, facilitando a compreensão do drama. Há sempre uma luta do bem contra o mal – *maniqueização*. E sempre durante as narrativas e encenações, as imagens mostram o que aquele protagonista fez para alcançar o sucesso, a cura, a libertação e a paz.

Um outro momento esperado é o da mensagem do missionário, que se diz portador de uma benção de Deus para o ouvinte (novo oráculo?). Faz referência a um texto da Bíblia que aparece em forma de imagem na tela. Neste momento, seu discurso faz uso dos processos acima mencionados, quando uma temática atual é vista sob o prisma do velho testamento (atualizado), ou uma narrativa é rerepresentada sob um novo ângulo da atualidade (modernizada). Durante o sermão, aparece na imagem televisiva uma Bíblia aberta com o versículo do sermão para facilitar a identificação para o telespectador. Geralmente são textos curtos, de fácil reflexão, atendendo às exigências não só dos processos de vulgarização, mas também do tempo do programa. Após a mensagem, que é sempre curta e clara, o Pastor faz uma oração especial de cura e libertação. Logo em seguida, as câmeras mostram testemunhais nos quais os fiéis revelam que foram curados, libertos naquele instante. Tudo necessita ser exibido, a “Fé midiática” exige elementos de veracidade.





Neste formato apresentado acima, observamos que ocorre um sincretismo entre informação e romance.

Estes processos, que vulgarizam uma obra (neste caso, a bíblia), tornando-a mais fácil de ser entendida e assimilada por um maior número de pessoas, são uma das peças fundamentais da indústria cultural, que precisa produzir em larga escala, distribuir no mercado de consumo produtos que sejam consumidos no momento de lazer do homem moderno. Ainda segundo Morin (1997:77), tal fato ocorre *sob diversas formas (informações, jogos, por exemplo), mas particularmente sob a forma de espetáculo*.

Para que este processo se operacionalize de forma eficaz, segundo Morin, é necessário que haja um tipo de relação entre o receptor (leitor, espectador, etc) e a obra, seja ela literária, fílmica, televisiva ou eletrônica. E esta relação se dá através da participação estética, onde ocorre o processo de projeção-identificação que abordaremos abaixo.

### **A participação estética**

Após a formatação da obra pelo processo de vulgarização é preciso que esta faça sentido para o receptor, ou seja, precisa encontrar eco no leitor, no nosso caso, com o telespectador, pois segundo nos explica Morin, o imaginário proposto pela obra adquire vida para o receptor. E esta só adquire tal força se mantiver com o receptor algum tipo de relação. Na cultura de massas, que é a matriz de quase todas as produções culturais que se configuram na contemporaneidade, a relação mais provável de acontecer é a relação estética (e não a religiosa propriamente dita).

Sob tal prisma, esta relação estética vai se configurar justamente no espetáculo, que se expressa no lazer moderno sob diversas formas: jogos, filmes, shows. Segundo





Morin, é no espetáculo que os conteúdos do imaginário se manifestam, e "(...) *é por meio do estético que se estabelece a relação de consumo imaginário*". (MORIN, 1997:77)

Nesta ótica é preciso que o receptor, no nosso caso o telespectador, tenha nesta relação estética uma participação ao mesmo tempo intensa e desligada, uma dupla consciência, para nós, com a programação religiosa. Ou seja, para que o receptor projete-se e identifique-se com o personagem do filme, do livro, da narrativa televisiva, é preciso que o imaginário proposto na obra seja percebido como real, até mais real do que o real.

Segundo Morin (1997:78), isto se torna possível quando há um desdobramento do leitor (espectador) sobre os personagens, uma interiorização dos personagens no receptor, favorecendo uma participação psico-afetiva e estética. Nesta participação, a troca entre o real e o imaginário fica bem aquém das participações mágico-religiosas, pois este imaginário fica percebido como imaginário, e as significações imaginárias ficam instrumentalizadas, pois se perdem os elementos vivos e autênticos das participações mágicas e religiosas presenciais.

Esta finalidade estética, própria da cultura de massas, é profana por perder seu caráter de senso de religiosidade e de realidade, para utilizarmos os termos de Flusser (2002). O indivíduo perde, nesta participação estética, a experiência transcendental do encontro mítico ( cf. Eliade,1992), obtido nas participações reais (mídia primária). Embora esta relação estética seja intensa, com grande usufruto individual, é desligada de desdobramentos sociais e efetivos da vida comunitária, uma vez que o indivíduo realiza-se na virtualidade, numa presença ausente dos elementos vivos do ritual.

E já que esta relação estética secreta resíduos do ritual primário, dos traços reprimidos ao longo da evolução do homem, é como se o receptor sentisse saudades destas participações dos tempos primevos - *In illo tempore*, por isso, o encantar-se





com os espetáculos modernos, jogos, danças, imagens, ainda que esvaziados de significados reais.

Segundo Morin (1997:80), o imaginário adquire, na relação estética, significado e papel importante, uma vez que o imaginário é a estrutura antagonista e complementar do real, sem a qual não haveria realidade. Este imaginário inicia-se com a imagem-reflexo, que é dotada de poder fantasma, uma imagem sócia do indivíduo cuja presença adentra os sonhos e desejos até os recônditos da alma inimagináveis (o duplo). O imaginário vai dar fisionomia e concretude a estes desejos, sonhos, necessidades e também aos traumas e angústias. Vai libertar não apenas nossos sonhos de realizações e felicidade, mas também nossos medos e monstros interiores, capazes das piores transgressões, trazendo a loucura, a destruição e o horror. Este mundo imaginário delinea o possível e o realizável, assim como cria mundos impossíveis e inimagináveis.

Sabendo deste poder e papel do imaginário, a cultura de massas retira da memória cultural os elementos comuns da humanidade, o *antroposuniversal*, padronizando-o em imagens estéticas com as quais o homem vai se relacionar por projeção e identificação. Porém, esta relação estética se dá diferentemente das participações mágicas ou religiosas. Nesta participação estética, a vida parece ser colocada em suspensão. O que vale nesta relação é a evasão, o divertimento, o encantamento. A relação vai proporcionar certo conforto e consolo, visto a impossibilidade de se realizar aquilo que se pensa. O escapismo, a fuga psíquica, alivia em parte aquelas necessidades, sonhos inimagináveis de serem postos em prática.

Assim, o indivíduo "põe para fora", liberta-se psiquicamente de vários tipos de projeção. Morin nos diz que a catarse acontece justamente aqui, no exorcismo, ao fixarmos o mal, o terror, a fatalidade sobre os personagens do livro, filme, novelas, e nas imagens nas quais entramos em contato. Esses elementos são reproduzidos no programa





em questão, “Show da Fé”, quando o mesmo propõe, através das imagens, formas de o telespectador projetar-se.

A imagem de artistas *gospel*, pastores bem vestidos e alinhados, falando de forma eloqüente em um púlpito cujo fundo azul nos remete a uma idéia do céu pelo posicionar das câmeras, projeta uma imagem do próprio mito, a figura do próprio Deus na terra. “Naquele posso confiar”. É o verdadeiro mensageiro da paz, da verdade, das chaves do sucesso e da prosperidade. Como para um indivíduo comum é difícil ter acesso a tal realidade de sucesso, ou ser tal personalidade, imponente e bem-sucedida, o real se completa na figura das imagens apresentadas.

Para que as imagens tenham mais efeito, Morin revela que, neste processo, não basta apenas se projetar, pois todas esses processos de projeção contam com as identificações, “(...) o leitor ou o espectador, ao mesmo tempo em que liberta fora dele virtualidades psíquicas, fixando-as sobre os heróis em questão, identifica-se com personagens (...)” (MORIN, 1997:82)

Neste sentido, Morin destaca alguns fatores que favorecem e são necessários a essas identificações: é preciso haver condições de verossimilhança e de veracidade, garantindo a comunicação com a realidade vivida, ou seja, que os personagens tenham um pouco de humanidade, traços comuns a todos os homens; porém, é preciso que isto se dê de forma intensa, e um pouco elevada da realidade comum, da vida cotidiana. Assim, os amores, as paixões e a riqueza serão sempre mais intensos do que as vidas do comum mortal.

Corroborando também com o processo de identificação o fato de que as situações imaginárias correspondam a interesses profundos dos espectadores, assim como os problemas tratados venham de encontro às necessidades e aspirações da recepção. Também favorece essa identificação a existência de um herói que tenha qualidades eminentemente simpáticas.







Estes esquemas de identificação são todos bem aproveitados pelo programa Show da Fé. Os personagens retratados no quadro "A novela da vida real" são extraídos dos cenários típicos da vida cotidiana, são pessoas com as quais há grandes possibilidades do telespectador se reconhecer, pois os problemas retratados são característicos de nossa época e contexto sócio-cultural. Quem não passa por aflições e apuros causados por falta de dinheiro, de saúde, de emprego e de instabilidade familiar? São temas bem propícios a gerar identificação por parte do telespectador, que vê sua própria vida sendo retratada na TV.

E para que haja mais identificação com o quadro citado, a simpatia do protagonista suscita apego, amor, ternura e compaixão com o drama vivido. E para dar mais veracidade à cena, na construção da narrativa, há a figura de "repórteres" que entrevistam e gravam o drama, dando um tom jornalístico à dramatização, o que traz credibilidade à história, aumentando seu poder de veracidade.

O uso do campo imaginário comum permite que uma obra procedente de um campo ideológico, sociológico, psicológico e histórico determinado se irradie além de suas fronteiras, devorando outros traços culturais.

Segundo Morin, na universalidade da cultura de massas, é possível compreender sua especificidade, na medida em que considerarmos seus temas, seu enraizamento histórico e sociológico, e sua difusão.

Nesta dialética entre o social e o imaginário, entre o real e irreal, é que se configura a estrutura das narrativas, das obras, das imagens produzidas industrialmente pela máquina midiática.

Vimos que as participações estéticas são intensas, e ao mesmo tempo "desligadas"; vimos também que os objetivos dos processos de vulgarização são tornar algo complexo simplificado, mais fácil de ser assimilado e, assim, melhor compreendido; sabemos também que através dos esquemas de projeção-identificação





o emissor tem a intenção de se comunicar mais efetivamente com o receptor, persuadindo-o, dando credibilidade à cena através da presença de artistas, representação de cenas verídicas, uso de formato jornalístico, participação de protagonistas comuns do cenário cotidiano urbano, tudo para mostrar ao telespectador que o mesmo pode acontecer com ele ou com qualquer outro, mas que há um modelo, um meio de se “salvar”. E para salvar-se basta apenas comprar a idéia, seguir as exigências e recomendações da igreja, e a vitória, o sucesso e a prosperidade se tornarão uma realidade.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS - FÉ NA MÍDIA**

Esta nova condição da imagem técnica, criada pelos meios de comunicação nesta matriz capitalista que se iniciou com a possibilidade de consumo de bens culturais, pretende fazer o homem refém desta lógica, descaracterizando-o, negando seu senso auto-crítico, reduzindo-o em imagem, em cópia da cópia, transformando sua festejada subjetividade em algo efêmero, passageiro, falso, fazendo-o acreditar que tudo que não for publicado, tornado visível e reconhecido na espera pública não é real, não existe. Então, tudo que é tornado público e visível passa a ser crível. E se é crível é porque um outro alguém deposita fé no que vê, atestando uma fé pública, ao acreditar que tal realidade representa o real. Nesta lógica, o sujeito passa a exercer um outro tipo de fé – uma “Fé Midiática”, ou seja, “Fé na Mídia”<sup>7</sup>.

E se ter fé é ter certeza e acreditar em algo que não se vê, que não se apalpa, e nos fatos que ainda não se concretizaram e que podem suceder num futuro nebuloso, para esta nova “Fé midiática”, aquilo que não se vê, não é plausível de crédito, os fatos

---

<sup>7</sup>

Termo cunhado pelo autor deste artigo conjuntamente com a orientadora deste estudo, Dra. Malena Segura Contrera.





que ainda não são visíveis, não existem. “Vejo, logo acredito”, passa a ser a nova forma de estruturar a vida e o pensamento. Os resultados dessa fé são palpáveis, sentidos (visualmente), e reais. As imagens dizem tudo, por isso são merecedoras da crença do sujeito que vê e lê as imagens e os fatos divulgados e exibidos. A imagem participa, portanto, dessa realidade sugerida.

Se pensarmos em Fé e em sua manifestação concreta, julgamos que ela necessita de um espaço especial para acontecer, e para que esta nova “Fé” possa ser exercitada, faz-se necessário construir espaços para sua manifestação, um local sagrado para que um culto à visibilidade seja exercido: um “culto midiático”<sup>8</sup> entra em cena nesses tempos de modernidade. E, como todo “culto”, necessita de alguns elementos como espaço, adoradores, símbolos e um ritual. Como todo ritual, estes novos “cultos midiáticos” ou programas de TV, vão demarcar tempos sagrados para sua manifestação. Podemos perceber como a indústria cultural vai configurar este novo culto nos cenários e palcos dos programas de TV, repleto de luzes, câmeras e muita ação. A realidade da mídia vai referenciar e demarcar os espaços e tempos sociais nesta nova configuração. Daí pensarmos nas razões que determinam que os programas de TV devam sempre ser exibidos nos mesmos dias e horários<sup>9</sup>, e porque a briga pela audiência com o objetivo de demarcar espaço é tão acirrada entre as emissoras de TV ou qualquer órgão dos meios de comunicação de massa.

É interessante observar como o programa em questão, “Show da Fé”, utiliza-se desta mesma lógica para se firmar enquanto manifestação de uma realidade. O “ritual midiático” é exibido todos os dias, e sempre nos mesmos horários. Demarca tempo e espaços sagrados e para os que duvidam da realidade exibida, basta ver os milagres,

---

<sup>8</sup> idem

<sup>9</sup> Para mais aspectos sobre o ritual midiático, indicamos o artigo Mídia e Ritual, de Malena Segura Contrera.





prodígios e maravilhas presentes no programa. Os resultados são palpáveis. Veja, logo creia. Através dessa realidade construída é possível participar e até adquirir alguns elementos de distinção que destacam e imprimem identidade aos seus adeptos, ouvintes e audiência. E como esta identidade é reproduzida, vivida e compartilhada por uma multidão, garante a certeza de confirmação dessa fé que se vê. Esta realidade exibida se concretiza em um espaço, firma uma crença, um modelo e uma realidade que, se não for vista nestes tempos, perde sua concretude. Urge-se demarcar território.

E, nesta perspectiva, essa imagem da fé (na técnica) interfere nas relações dos sujeitos com a religião e com os outros sujeitos. Não há necessidade de conceituação ou um maior aprofundamento da experiência estética. A observância da imagem projetada e sua imitação são suficientes para referenciar o mundo, principalmente, ao propor os modelos de conduta, comportamento e consumo.

Afinal, o grande destino de toda esta ilusão é a continuidade deste sistema técnico, cujas imagens desencantadas, revestidas de magia, estão aí a ludibriar e distrair a humanidade.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAITELLO Jr., N. A era da iconofagia. Ensaios de comunicação e cultura – São Paulo: Hackers editores, 2005.

BAITELLO Jr., N., CONTRERA, M. S., MENEZES, J. E. O. Os meios da incomunicação. São Paulo: Annablume, 2005.

CONTRERA, M. S. O mito na mídia: a presença de conteúdos arcaicos nos meios de comunicação. São Paulo: Annablume, 1996. (selo universidade: 45).





CONTRERA, M. S. Revista FAMECOS – mídia, cultura e tecnologia, Revista da Faculdade de Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, no. 5 de dezembro de 1996, nº. 11 de dezembro de 1999 e no. 12 de junho de 2000. R. Grande do Sul, Brasil.

CONTRERA, M. S. A dessacralização do mundo e a sacralização da mídia: consumo imaginário televisual, mecanismos projetivos e a busca da experiência comum., (in). BAITELLO Jr., N., CONTRERA, M. S., MENEZES, J. E. O. *Os meios da incomunicação 2*. São Paulo: Annablume, 2006.

ELIADE, M. O Sagrado e o profano. Lisboa, Portugal: Livros do Brasil, 1992.

FLUSSER, V. Da religiosidade: a literatura e o senso de realidade. São Paulo: Escrituras Editora, 2002.

FLUSSER, V. Filosofia da Caixa Preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

KLEIN, A. Imagens de culto e imagens da Mídia: Interferências midiáticas no cenário religioso. 2004. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – PUC de São Paulo, São Paulo, 2004.

MORIN, E. Cultura de Massa no século XX: neurose. Tradução de Maura Ribeiro Sardinha 9. ed, Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

