

Tela Sagrada

KLEIN, A. *Imagens de Culto e Imagens da Mídia*. Porto Alegre, Sulina, 2007.

A imagem está escondida no templo. O acesso é restrito e sua atividade é simbolizar o sagrado. A imagem está exposta na mídia. O acesso é universal e sua finalidade é ser um signo institucional. Nos dois casos, trata-se de uma transformação de uma e mesma imagem. Essa diferença nas imagens sagradas a partir de seu uso pelos meios de comunicação é o tema do livro de Alberto Klein. Pesquisador gaúcho, doutor em Semiótica pela PUC/SP, Klein se propõe a estudar o que acontece com a imagem religiosa a partir do momento em que se torna uma imagem da mídia. A preocupação é compreender as transformações da imagem em uma perspectiva de apropriação pelos meios de comunicação – a imagem é ressignificada, mas também retrabalhada e, em certos momentos, passa por uma inversão de sentidos.

A expressão “Igreja Eletrônica”, criada por Hugo Assmann ainda nos anos 70, dificilmente poderia ser mais atual. O conceito, no entanto, foi expandido para novos meios eletrônicos além do rádio e da televisão, aos quais o autor chileno se referia duas décadas atrás. A utilização dos meios eletrônicos para a divulgação religiosa não é mais novidade para ninguém. O dado novo, talvez, seja a dimensão que essa prática tomou. Não se trata mais de uma relação esporádica, na qual seitas e igrejas alugavam espaço em emissoras tradicionais para transmitir programas religiosos. Trata-se, antes, de um rearranjo total no campo religioso que inclui, especificamente, uma alteração substancial na forma de trabalho das instituições religiosas, mas também da mídia.

Evidentemente essa mistura de linguagens se dá de maneira desigual, mais ou menos desordenada. Até agora, em quase quatro décadas de transmissão de programas religiosos nas emissoras de rádio e tv no Brasil, o que se vê é uma gritante discrepância nas formas de trabalhar as imagens da religião nos espaços da mídia.

Klein contempla essas diferenças, procurando construir um detalhado panorama das relações entre tipos diferentes de imagem. A partir de uma base conceitual da semiótica, trabalha os problemas de significação em cada circunstância específica, seja em um nível cognitivo, seja em um nível simbólico. Com isso, o leitor é introduzido sem saltos em um universo de análise no qual a passagem de um tipo de imagem a outra é feita aos poucos, não apenas conceitualmente mas também em termos do objeto de trabalho.

Há uma outra questão em jogo, a validade das imagens religiosas intermediadas pela tela. O fiel que se posta diante da tela para ver e ouvir a mensagem religiosa está realizando uma ação social. Deslocado, naquele momento, de outro tipo de imagem, colocado frente à frente com os signos de uma forma sagrada, ele está em comunhão mediada com sua própria crença, recebendo aquilo em que acredita. Dessa maneira, não é ocioso pensar que a ação magicamente orientada para o mundo, no dizer de Weber, chega rapidamente à própria forma de ver televisão.

A mensagem dos participantes de cada religião, veiculado pela televisão, em relação ao mundo construído pela religião constitui a contrapartida necessária para a avaliação das estratégias simbólicas adotadas.

Claro e elucidativo, o livro de Klein mostra mais uma vez a emergência de uma área de estudos específica das relações entre mídia e religião, sobretudo quando o objeto é o que há de mais complexo na já imbrincada simbologia das formas religiosas – a imagem. E, nesse sentido, *Imagens de Culto e Imagens da Mídia* não é apenas um roteiro de análise semiótica da imagem, mas também de toda a problemática relacionada às intersecções da mídia com o campo religioso.