

No Princípio Era a Imagem...

A entrada das Igrejas na TV se defronta com um grande obstáculo: como transformar sua herança do Divino, as palavras do Evangelho, na linguagem adequada da mídia, em imagens. Por outro lado, se não conseguir se fazer presente nas telas, deixará de participar do mundo criado pela TV, um mundo quase à parte que forma hoje o imaginário da maior parte da população. Este artigo pretende apenas levantar algumas indagações sobre um tema que se faz cada vez mais atual.

Luiz Roncari

O que não sai na TV não existe. Quando a Rede Globo omitiu das telas os comícios pelas eleições diretas, aconteceu um fato inédito: pela primeira vez os telespectadores se revoltaram contra a imagem do mundo que o aparelho veiculava (não existe na TV nada equivalente à seção dos jornais de cartas dos leitores). Não aparecia ali um acontecimento que pelas suas proporções — milhares de pessoas nas ruas e nas praças — tinha sido muito evidente e não era possível ocultar. O telespectador, se não tinha participado diretamente, ficou sabendo de alguma forma, independente da TV, e agora queria suas imagens. Diante da frustração e indignação geral e das reações levantadas contra a emissora, ela não teve outra alternativa senão rever sua decisão de criar um mundo sem comícios pelas eleições diretas. Esse fato desnudou para parcelas importantes da população o poder que a TV, enquanto meio de comunicação, tem de confundir o real com sua imagem deformada. O mundo passa a ser a imagem que um canal de TV projeta a seus telespectadores, à sua medida e à sua vontade, e

o que é pior, sem que a sociedade tenha qualquer meio de controle ou de responsabilizar seus donos pelas deformações ou manipulações exercidas.

Se o fato dos comícios estava muito aparente e não pode passar em branco, nos perguntamos quantos fatos de importância mais relativa deixaram de ser noticiados e quantos outros sem maior significação não os substituíram? E tudo passando despercebido, de tal forma que não pudemos nem nos indignarmos ou reagirmos.

A linguagem das imagens

Com esse universo de imagens criado pela TV, passamos a nos relacionar com dois mundos: um, o do real com que nos envolvemos próximo ou diretamente; e, outro, o das imagens criadas pela TV. Acontece que, se nas nossas relações diretas o elemento de mediação com o outro são as palavras, na relação com o grande mundo da TV o elemento de mediação são as imagens. A palavra tem uma importância muito pequena para a mídia eletrônica, sua linguagem é essencialmente construída com imagens; tanto que se aperfeiçoou

ao máximo os sistemas de transmissão e recepção de imagens, colorindo-a e melhorando ao extremo seu grau de definição, mas só agora alterou-se em alguma coisa seu sistema sonoro, com a entrada no mercado de aparelhos em Hi-Fi. A voracidade do meio é tal que até as músicas agora se tornaram dependentes ou quase acessórias das imagens, com os videoclips, em que o espetáculo concentra-se na sucessão e possibilidades criativas das imagens, e a música cumprindo uma função paralela, talvez secundária, de suporte e articulação da criação visual. A nova música já não depende mais de seu fantasma, quer dizer, das imagens ligadas a ela, e não são mais o rádio ou o disco seus principais meios de divulgação e promoção, mas a TV.

O que nos importa aqui é o seguinte: se Deus quiser existir, tem que aparecer na TV; e se quiser se fazer ouvir, não é mais suficiente a palavra, ela tem que converter-se em imagens, se quiser participar desse outro grande mundo criado pela mídia eletrônica. Num primeiro momento, tudo levar a crer que a TV veio para paganizar o mundo e des-

tronar o verbo, com sua determinação: no princípio era a imagem, o ser e não o seu conceito.

As novas marginalidades

Essa é a questão, colocada a partir do momento em que o meio ampliou extensiva e intensivamente seu grau de penetração. Esse movimento criou novas franjas de marginalidade. O país todo é hoje coberto pelas redes de TV (v. mapa), tornando-se marginais as áreas ainda não atingidas, que são as zonas rurais, principalmente do Norte, Nordeste e Centro-Oeste, e as camadas de mais baixas rendas. A cobertura não é apenas horizontal, mas também vertical, de alto a baixo as diferentes camadas sociais têm acesso às suas imagens. Com uma população de 132 milhões de habitantes, existem 22 milhões de aparelhos de TV funcionando, atingindo 75 por cento dos indivíduos (1). Os que não "participam" de tal tipo de informação, os indivíduos de mais baixa renda, vivem a sensação de marginalidade. E a penetração dos sinais eletrônicos é profunda no indivíduo, quer dizer, seu **imaginário** é formado principalmente pela TV, mais que pelas palavras, assim acredita mais nos poderes mágicos criados pelas técnicas associativas e analógicas dos comerciais e sonha com o mundo fantástico das imagens, que nos valores pregados pelas palavras. A esfera do conceito fica com isso também marginalizada pelo colorido e brilho das imagens.

Diante dessa realidade, a luta pela existência é a luta pela presença no espaço do vídeo. Ela não acontece apenas entre os produtos concorrentes, marcas, empresas, políticos, partidos, artistas, Igrejas, ela atinge também a massa de indivíduos anônimos, em que cada um gostaria de ver pelo menos um segundo sua cara no vídeo. Seria como se apenas a partir daí teria sua existência reconhecida, como indivíduo identificável, não mais como massa, entraria para o mundo das imagens, dos uns, das pessoas com cara e identidade, seres distintos, dos que vivem a vida dos sonhos, a utopia.



Cobertura geográfica da Rede Globo

A cultura das imagens

Mas uma utopia sem Deus, pelo menos enquanto não se achar um meio de transformar sua mensagem em imagens. É este o maior problema que as Igrejas enfrentam para entrar na TV: o Divino deixou sua herança em palavras quase que intraduzíveis em imagens. Isto vale particularmente para as Igrejas protestantes, cuja origem está também na recusa das imagens e com isso não desenvolveram uma cultura visual, sua "imagética" é muito pobre. Firmaram-se mais que a Igreja católica na pregação da Palavra dos Evangelhos, a partir de púlpitos ascéticos, sem vitrais, esculturas, pinturas e mobiliários ricos como décor e cenário. A pobreza dos acessórios tornará mais difícil o trânsito dessas Igrejas na TV. Não basta um pregador sereno, por mais brilhante que seja, se não tiver movimento e rapidez, se tornará maçante. Os poucos que tiveram sucesso foram alguns pregadores negros americanos, que conseguiram desenvolver junto com a pregação um movimento de dança acompanhado de uma gestualidade exuberante. Mas tinham que variar o cenário, tinham que sair das Igrejas para não se repetirem, e foram pregar em praças públicas, manifestações pelos direitos civis, passeatas de protesto, comícios etc. Passaram a aparecer mais como notícia e agitadores de campanhas específicas que pregadores da Palavra: esta só adquiria sentido na medida em que se transformasse em ação, o que é próprio da imagem.

A Igreja católica mantém uma vantagem sobre as protestantes nesses dois campos: no domínio da linguagem das imagens e na intervenção no campo da política e do social. Os templos católicos já se constituem em cenários riquíssimos para o passeio das câmaras, de

modo que não precisem ficar fixas nas imagens do pregador ou dos fiéis e possam percorrer a infinidade de campos visuais que possibilitam seus interiores (ainda assim limitados, a capela Sixtina não suportaria mais que meia dúzia de missas seguidas sem se desgastar). Outro elemento de apoio é o ritual católico, também pensado como "espetáculo" e onde o sermão ocupa apenas uma parte. Mas foi a forma de intervenção da Igreja católica nas questões sociais e políticas depois do Concílio Vaticano II que a colocou no vídeo. Como Igreja, com todo seu poder de impacto, seus membros, da hierarquia ou simples fiéis, surgem na televisão como agentes, os que procuram **realizar a palavra**, mais que pregá-la. Com a reação de João Paulo II, embora ninguém tenha levantado esse fato até agora, substitui a ação das bases pela dele próprio como o executor da Palavra, através de suas viagens. Elas produziram muito mais imagens e notícias que qualquer outro fato da atualidade desde a guerra do Vietnã.

A ilusão do mundo celeste

As Igrejas evangélicas que criaram a chamada "Igreja Eletrônica" simularam um pedaço do céu, já que não podiam mostrar a face do Senhor. Ao invés de produzir notícias como a católica através das viagens do Papa, criaram espetáculos celestes, imagens da Palavra já realizada. Se o mundo das imagens da TV já é um mundo edulcorado e com os conflitos sublimados, os efeitos da parafernália eletrônica são usados para acentuar a farsa nesses programas dos evangélicos, para criar a **ilusão do mundo celeste**, com nuvens claras, luzes, órgãos e trombones anunciadores, sorrisos ingênuos, cores azuis e rosas, e, de quando em quando, algumas frases curtas e bombásticas do mestre do Olimpo, em que já não é a voz do pregador, mas poderia ser a do próprio Deus ou no mínimo de seu anjo. Sacrilégio? Não, apenas o pastor deixou de ser o representante e portador da palavra, para ser o ator (o que faz o papel de) e o portador da voz, que apenas conclui e enfatiza o que as imagens já disseram.

(1) dados e mapa extraídos de *Mídia & Mercado 1984* — SSC & B: Lintas Worldwide.