

O IMAGINÁRIO COMO VÍNCULO: DO SAGRADO NO ESPAÇO AO MIDIÁTICO SAGRADO

Tereza Carla Souza Pereira¹

Resumo

Este artigo tem como objetivo identificar a eventual relação entre elementos simbólicos presentes no espaço sagrado de culto com o que é transmitido no culto midiático, trabalhando com a hipótese de que são estes elementos simbólicos, presentes no imaginário, os facilitadores dos vínculos comunicacionais que possibilitam ao telespectador a crença de que o culto midiático equivale ao culto no espaço real. Neste contexto, os vínculos simbólicos presentes no espaço edificado são compreendidos como fundamentos para que, no espaço midiático, sejam estabelecidas as identidades de representação.

Palavras-chave: Comunicação. Imaginário. Espaço midiático. Espaço Sagrado. Vínculo.

O vínculo e sua contribuição para mídia

Baseado na experiência de Harry Harlow² (1963-1968) com macacos, os vínculos comunicacionais se constituem pelo afeto. O ponto central do afeto pode ser ligado ao déficit emocional³ estabelecido desde a primeira infância pelo ser humano, e permanece durante toda vida, precisando ser saciado para que possamos estabelecer equilíbrio. Na experiência, Harlow expõe macacos a duas situações: uma delas o animal tem alimento, porém o acesso ao alimento, uma suposta “mãe” é um espaço desconfortável feito de arame, e na outra ele tem a mesma armação de arame coberta com tecidos que o torna aconchegante, um espaço confortável, mas sem alimento, na ideia de simulação do conforto do colo materno.

¹ Mestranda do PPG em Comunicação e Cultura Midiática da Universidade Paulista. terezaspereira@gmail.com

² Frederick Harry Harlow (1905 – 1981) psicólogo norte americano que ficou conhecido por experiências sobre privação social e maternal em macacos Rhesus. (<http://abc-da-psicologia.webnode.com.pt/temas /harry-harlow/> Acessado em 18/06/2013).

³ Termo criado por Harry Pross, como cita Norval Baitello Jr: “Criar déficits equivale a criar vazios, criar Nada. Quanto mais imagens, mais vazio. E quanto mais vazio, mais imagens. Esta, a lógica dos “media”: criar vazios. Harry Pross e Dieter Wyss já haviam descrito o fenômeno como “criação de déficit emocional”. Pross fala mesmo em “media como droga”. Malena Contrera qualifica o fenômeno com “obesidade anêmica” Boris Cyrulnik escreve sobre a “captura sensorial visual” que hipnotiza e imobiliza, ao contrario da captura sensorial olfativa, tátil e gustativa.”

No primeiro momento em que o animal é solto ele vai direto ao espaço “mãe” onde está o alimento, e após se alimentar, vai para o lugar do aconchego descansar. No decorrer da experiência o animal é exposto à situação de medo e perigo e neste caso o mesmo busca o espaço onde existe a “mãe” aconchego, conforto, se abrigando não só pelo bem estar, mas pela proteção e afeto. Com o humano, não é diferente, buscamos o vínculo afetivo no próximo, no aconchego, no que dá conforto, fazendo com que assim nos sintamos seguros e com isso equilibrado em relação ao nosso déficit. Ashley Montagu cita que “Ele (o ser humano) tem condições de alcançar outros planetas, mas com demasiada frequência não consegue atingir seu semelhante.” (1988, p.18) O que reforça está ideia da existência do déficit.

Aproveitando-se deste déficit, que é emocional. Déficit enquanto ideia de desejo a ser saciado, de querer mais e mais em busca de uma saciedade que leva a satisfação, a mídia busca nos reconfortar nos nossos lares. Hoje entrar em casa e ligar o aparelho de televisão, mesmo sem ficar no ambiente é comum. A televisão é companhia para que o ser humano se sinta aconchegado e seguro dentro de uma casa onde se sentiria sozinho.

Ciente deste poder a mídia busca saciar este déficit aconchegando o humano diante da televisão. Os aparelhos de televisão foram adequados para serem quase imperceptíveis e caberem em todos os lugares. Em quase todos os cômodos pode ter um para nunca “estarmos sozinhos”, o conceito de hipnogenia desenvolvido por Elisabeth von Samsonow⁴ e citado por Norval Baitello Jr. nos ajuda a entender: “ A hipnogenia transfere ao meio toda responsabilidade, mas também toda a capacidade de decisão, deixando seus agentes no espaço-tempo de uma quase hipnose, abrindo mão de sua vontade, de sua autodeterminação.” (BAITELLO, 2008, p.97) As salas, quartos e cozinhas são decorados com um aparelho de televisão e boa parte da população se alimenta dele e na companhia dele.

Segundo o IBGE⁵, 97% dos lares brasileiros possuem aparelho de televisão, e com isto a mídia busca uma aproximação cada vez maior com seu telespectador na tentativa de

⁴ Elisabeth von Samsonow, artista e filósofa, é professora de antropologia filosófica e histórica na Academia de Belas Artes de Viena, e professora visitante na Universidade Bauhaus de Weimar (2012-2013). Seu ensino e foco de pesquisa é sobre a memória coletiva, a relação entre arte e religião, androginia sacro e profano, e a dissolução do eu moderno. (Fonte: www.wdn.nl/participant/samsonow-elisabeth-von acessado em 28/09/2013).

⁵ Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - <http://www.ibge.gov.br/home/>. Dados: <http://www.abert.org.br/site/index.php?noticias/todas-noticias/ibge-divulga-dados-estatisticos-de-radio-e-tv.html>

saciar seu déficit, tornando-os dependentes, trazendo imagens e situações as quais desejam ver e se sentir bem para saciar o déficit.

O grande envolvimento entre o homem e o aparelho de televisão nos faz observar a evolução social e da própria mídia primária, secundária e terciária. Para entendermos melhor a questão das mídias, e a importância que ela exerce sobre o ser humano, precisamos entender como se aplicam estas mídias enquanto redutora da complexidade da comunicação.

Norval Baitello Jr., explica de maneira clara as mídias primárias, secundárias e terciárias:

“Há uma maneira simples de compreender os meios segundo seu grau de utilização de recursos externos ao homem. Foi proposta pelo jornalista alemão Harry Pross, ao classificar os meios em primários, secundários e terciários. Os primários são aqueles que não precisam de nenhum recurso além daqueles oferecido pelo próprio corpo, seus sons, seus movimentos, sua gestualidade, seus odores. Entre um corpo e outro corpo não há artefato. Os secundários são aqueles que lançam mão de materiais extracorpóreos para deixar ou mandar mensagens. Um corpo imprime seus sinais em um suporte que é recebido por outro corpo. Os meios terciários são aqueles que requerem um jogo de aparatos – um que transmite e outro que recebe os sinais. São, portanto, três diferentes maneiras de preencher o vazio entre o eu e o outro. A primeira é presencial. A segunda gerou as escritas. A terceira é fruto da eletricidade e possui suas características: é instantânea e fugaz como o raio. Mas todas elas têm um elemento comum: começam no corpo e terminam no corpo. Eis o porquê de estarmos falando sobre meios, mídia e comunicação. Todas estas coisas têm um forte impacto sobre nosso corpo e sua existência no mundo. Temos um tipo de existência quando nos comunicamos presencialmente, corpo a corpo, temos outro tipo de existência quando passamos nossa vida trocando mensagens escritas sobre suportes opacos e, por fim, existimos de uma terceira maneira quando nos colocamos diante de aparelhos que recebem sinais transmitidos por outros aparelhos, como telefone, rádio, televisão, *internet, tablets, etc.*” (BAITELLO, 2012, p.61)

Cada meio causa um impacto diferenciado, mas todo ele sai de um corpo para outro corpo, com ou sem artefatos. Percebemos que a comunicação da mídia terciária tem a necessidade de usar muito mais simbologia que a primária, apesar de termos apenas o corpo. Porém hoje alguns eventos de mídia primária são transmitidos pela televisão e assim passam a ser mídia terciária e para o não empobrecimento de elementos a transformação deve iniciar na mídia primária, ou seja, a mídia primária precisa ser planejada para que ao ser transmitida faça sentido na mídia terciária deixando o telespectador envolvido o suficiente para criar um vínculo. Vínculo este que pode ser considerado como o laço temporal dedicado à mídia, ou

seja, quanto mais tempo se dedica a mídia mais tempo ela tem para suprir os déficits e criar laços.

O ato de entrar em casa e ligar o aparelho de televisão mostra a dedicação do ser humano, o vínculo com o aparelho, buscando proteção e companhia.

Segundo Silva e Baitello (2013, p.2): “O conceito de vínculo conduz à necessidade de tratar a comunicação humana como um ambiente em permanente construção pelos seus participantes, todos exercendo múltiplas funções concomitantes e, portanto, saturado de indeterminação.” Com isto podemos observar as atitudes que mudam a cada dia dos apresentadores e do perfil dos programas de televisão, fazendo de seu público mais fiel, por fazê-lo perceber que de certa forma é participante, e com isso uma peça chave, que deve se sentir importante, fazendo parte do cenário e da continuidade do programa. Ficando imperceptível que quando o telespectador está com a televisão em sua casa desligada o programa será transmitido do mesmo jeito, com os mesmos textos e sua representação física.

No momento em que ele liga a televisão, ele passa a fazer parte daquele contexto, trazendo para sua casa a representação simbólica sem perceber que se ele não estivesse assistindo, a representação seria a mesma, sem que ele tenha uma função naquele contexto, apesar de se sentir vinculado ao mesmo.

Vilém Flusser no seu livro *Filosofia da Caixa Preta* (1985, p.05) apresenta um glossário para definir alguns termos, entre eles funcionário e cita que é: “pessoa que brinca com o aparelho e age em função dele”, o fato de agir em função do aparelho nos dá a idéia de relação entre o ser humano e o aparelho, mas com submissão do homem e não do aparelho, ou seja, o aparelho dita as regras para o homem que vai cumpri-las. E este cumprimento de regras leva ao estabelecimento do vínculo.

Por aparelho ele define: “brinquedo que simula um tipo de pensamento” (FLUSSER, 1985, p.05). Se o homem brinca com o aparelho agindo em função dele e este brinquedo consegue simular “um tipo de pensamento” podemos concluir que o homem diante um aparelho de televisão, por exemplo, simula para si um pensamento que vem do aparelho, mas toma como seu, fazendo parte de sua vida, de sua realidade. Realidade está que é definida por Flusser como: “tudo contra o que esbarramos no caminho à morte, portanto, aquilo que nos interessa” (1985, p.05). Aquilo que nos guia, nos move e faz sentido a vida do telespectador, uma realidade fictícia, criada, enviada e recebida como algo que faz parte da vida.

O interesse despertado no ser humano pode vir do aparelho já que o aparelho pode induzir o ser humano a pensamentos. Estes pensamentos podem tornar parte da vida de cada um, a partir do momento que for absorvido e sentido como fazendo parte de sua relação com o mundo, com seu sentido de vida. O que transforma a relação entre o homem e o aparelho em busca de um afeto, de saciedade, de vínculo.

Segundo Pross (apud BAITELLO 1997, p.102) “a função primordial da mídia é a de sincronizadora de uma sociedade”. Sociedade está que recebe sem questionamento as mudanças das mídias e atua como participativa, alimentando-se do aparato tecnológico para suprir seus déficits, estabelecendo vínculo, laço temporal, dedicado à mídia e a comunicação que se dá no tempo. Tempo este que é o que dispensamos a mídia terciária, que busca sempre estar em expansão para conseguir manter-se sempre necessária, sempre vinculada.

“Expansão significa aqui não apenas no sentido do espaço e do tempo cada vez mais numerosos. Há, portanto, um crescimento para fora e um crescimento para dentro. Um vetor nos conduz ao infinito e outro nos conduz ao transfinito. A consequência mais imediata é que o instrumental de que a ciência dispunha para a investigação dos processos comunicativos seguramente não consegue mais dar conta da complexidade do objeto.” (BAITELLO, 2005, p.70)

Complexidade que explica a relação entre o homem e a televisão em relação à vinculação e suprimento de déficit, de laços que se expandem e que se tornam dependentes. Industrializando o pensamento, e induzindo pensamentos que se tornam reais. Escravizando o homem na frente de seus aparelhos televisivos com os quais os laços estreitam cada dia mais.

Baitello falando sobre Nietzsche diz:

“O que o filósofo pretendia diagnosticar é o pensamento que se assentou, ou se sentou mesmo, literalmente, tornou-se um ato sem impulsos, sem saltos, sem prontidão de movimentos, sem vivacidade, mas construído de passagens lógicas e discursividade previsível, comedida e, às vezes mesmo acomodada. Transformou-se em uma operação que não permite surpresas, muito menos sobressaltos. Sendo a vida sedentária o estágio civilizatório desejado e alcançado pela sociedade contemporânea, pela cultura racional, letrada e escolarizada, o que se plasma com ela é o decréscimo da mobilidade, não apenas para o corpo, mas também do pensar, de sua imprevisibilidade, de sua sempre ativa criatividade e de sua capacidade de surpreender.” (BAITELLO, 2012, p.17)

Com isto percebemos a facilidade em estabelecer vínculos da mídia terciária com os seres humanos, seus aparatos, tecnologias que invadem nossas casas com programações

simples, porém tecnologicamente bem elaboradas nos deixando sedentários e enfeitiçados, com a criatividade limitada ao que nos é enviado.

A ideologia e a economia capitalistas coincidiram com a descoberta da eletricidade, e impuseram-se plenamente por meio da industrialização e da criação das possibilidades de produção em série de aparatos tecnológicos que serviram para criar ainda mais produtos em série. Tecnologia moderna e o que poderíamos chamar de “estética da seriação” estão indissociavelmente ligadas. Esse é o princípio gerador do que E. Morin chamou de “industrialização do espírito” (Cultura de Massa do Século XX), processo central da cultura de massas, não por acaso centrada nas redes de mediação de massa e em seu poder tecnológico de enfeitiçamento por meio da ação mágica das imagens eletrônicas.” (CONTRERA, 2010, p.76)

Contrera (2010, p.78) cita que “O fato é que vemos neste processo uma inversão: a técnica, de meio, passa a ser um fim, e o homem, que deveria agir sua utilização, passa a girar ao seu redor.” Neste momento percebemos que de certa forma o homem passa realmente a ser comandado pela máquina, muitas vezes substituindo a mídia primária pela terciária e se distanciando de outros seres humanos buscando a situação de conforto, de aconchego e proteção passada pelo lar. Isolando-se e tendo como refúgio as informações, bênçãos que são simbolicamente representados por um corpo, para ser transmitida para outro corpo pela mídia terciária.

Aceitando as imposições da mídia terciária sem questionamentos ou desconfortos, apenas recebem, sentam seus pensamentos e não refletem deixando-se dominar pelo aparelho que simula seu próprio eu.

O sagrado e o profano

Segundo Eliade, “a primeira definição que se pode dar ao sagrado é que ele se opõe ao profano.” (1992, p.12) Esta oposição se dá para todas as ações e assim pode ser percebida na sociedade. Ele continua e define espaço sagrado em relação a templos e igrejas desde as grandes civilizações como “Templo como a cópia do arquétipo celeste” (ELIADE, 1992, p.34)

Percebemos no espaço construído do templo sua estruturação de sagrado, os templos são construídos com degraus, distanciando o espaço profano e adentrando no espaço sagrado. Quanto mais entrarmos e subirmos mais próximo ao local mais sagrado do templo chegamos. Os templos em sua grande maioria possuem altares numa posição mais sagrada que o espaço

restante do templo, ou seja, para chegarmos ao altar temos que subir mais alguns degraus, afastando mais ainda o espaço, mais sagrado do templo do nível das ruas. Fazendo a verticalização do que é sagrado com o que é profano. Segundo Silva (2012, p.288), “O espaço é saturado de valores e sua experiência resulta na vivência estrita da relação entre sagrado e profano.”

Eliade (1992, p.19) cita que “no interior de um recinto sagrado o mundo profano é transcendido.” Ou seja, mesmo com o profano a sua volta os templos mantém o espaço sagrado interno e tem em sua construção diferenças de níveis para manter o sagrado distante do profano. E o profano por ser inferior não tem espaço diante o sagrado.

Para um crente, essa igreja faz parte de um espaço diferente da rua onde ela se encontra. A porta que se abre para o interior da igreja significa, de fato, uma solução de continuidade. O limiar que separa os dois espaços indica ao mesmo tempo a distância entre os dois modos de ser, profano e religioso. O limiar é ao mesmo tempo o limite, a baliza, a fronteira que distinguem e opõem dois mundos – e o lugar paradoxal onde esses dois mundos se comunicam, onde se pode efetuar a passagem do mundo profano para o mundo sagrado. (ELIADE, 1992, p.19)

Com a porta abrindo para dentro e não para fora, representa que o sagrado não sai ao mundo profano, mas sim que o profano pode adentrar ao mundo sagrado em busca de purificação, se livrando (enquanto estiver no espaço sagrado) do que é mundano. E no espaço interno tem a possibilidade de conversar com o supremo, sendo apenas os templos espaços sagrados, e tudo a sua volta espaço profano.

As nossas casas também fazem parte do mundo profano, com algumas representações de sagrado, se pensarmos que ela está do lado de fora da igreja ela passa a pertencer ao espaço profano, porém na própria estrutura da casa separamos lugares mais sagrados que outros. Se recebemos parentes e amigos, o quarto seria o lugar mais sagrado, onde poucos entram e compartilham daquele espaço, porém a sala é o espaço onde todos podem permanecer sem distinção entre um ente mais querido, ou um conhecido distante, o que nos representa que a sala é menos sagrada que o quarto. Assim como o salão da igreja é menos sagrado que o altar.

O altar possui as mais valiosas imagens, obras e valores simbólicos do que no salão da igreja, este lugar é tão sagrado quanto mais alto em relação ao restante do templo.

A mídia terciária nos permite adentrar ao espaço sagrado e trazê-lo para o interior de nossas salas, com ela podemos assistir cultos religiosos no espaço sala de nossas casas. O

sagrado mediatizado, em mídia terciária nos coloca em um ponto de dúvida de como o profano pode se transformar em sagrado através da transmissão do culto pela televisão.

Se as portas dos templos abrem-se para dentro internalizando o sagrado, como podem invadir o nosso lar através da mídia terciária nos levando símbolos e ritos que são exibidos em locais sagrados. Será que com a mediatização do sagrado este espaço sagrado também estendem-se a televisão, e com isto estabeleça uma transformação do espaço de profano para sagrado durante a transmissão do culto.

A estrutura cosmológica do templo permite uma nova valorização religiosa: lugar santo por excelência, casa dos deuses, o templo resantifica continuamente o mundo, uma vez que o representa e o contém ao mesmo tempo. Definitivamente, é graças ao templo que o mundo é resantificado na sua totalidade. Seja qual for seu grau de impureza, o mundo é continuamente purificado pela santidade dos santuários. (ELIADE, 1992, p.34)

O telespectador pode assistir uma missa em sua sala de casa, seguindo as instruções do locutor, colocando um copo de água próximo a seu aparelho de televisão e ter aquela água abençoada em um espaço não sagrado, recebendo aquela bênção através da mídia terciária, sendo validada e sentindo-se abençoado e pronto para seguir sua semana, como se tivesse ido a um templo resantificar sua vida.

O vínculo criado com a mídia terciária permite este contato tão profundo em relação à sensação de satisfação do ser humano, funcionário do aparelho. Conseguindo fazê-lo acreditar que está abençoado e purificado através da mídia.

Neste momento o espaço sala da casa que era profano, passa a ter uma transformação passando a ser sagrado e ajudando a compor a atmosfera para recebimento das bênçãos sagradas. Um espaço com o valor sagrado que emana a força do vínculo, eliminando a percepção de distância dando um poder a imagem que potencializa a representação da presença. Imagem esta que passa não só a representar, mas a invocar e evocar aumentando sua força.

São duas realidades profundas e distintas quando falamos de nossas imagens interiores (dentre as quais, aquelas de nossos sonhos) e quando falamos dos anúncios publicitários na tevê ou dos inúmeros painéis, *outdoors*, cartazes, anúncios publicitários em revistas, jornais, muros, postes, paredes, nas ruas, nos prédios, projetadas ou pintadas no chão. Experimentos e estudos médicos já comprovaram

que nossas primeiras imagens são interiores, endógenas⁶, produzidas ainda na vida intrauterina. Não são de natureza visual, mas de natureza tátil. (Essa questão, o conceito mais amplo de “imagem”, como imagem sonora ou audioimagem, imagem tátil, imagem olfativa, imagem proprioceptiva e imagem gustativa, será objeto de um dos próximos saltos). Mas as imagens visuais exteriores se tornaram tão numerosas, tão gritantes, tão chamativas, tão atraentes, tão sedutoras, que nós esquecemos de nossas próprias fantasias e sonhos. BAITELLO (2012, P.111)

Este esquecimento da própria fantasia e o acreditar no que é transmitido pela mídia, pode fazer com que a água seja realmente abençoada e a sacralização do local feita. Não é a imagem que vai dizer quem ela é, e sim quem ver a imagem junto com sua crença e conhecimento empírico quem vai acreditar no que ela diz, e assim receber como verdade aquilo que o aparelho dita ao seu funcionário.

Referências

BAITELLO, Norval Jr. **O animal que parou os relógios. Ensaio sobre comunicação, cultura e mídia.** São Paulo: Annablume, 1999.

_____. **A era da iconofagia, ensaios de comunicação e cultura.** São Paulo: Hacker Editores, 2005.

_____. **A serpente, a maçã e o holograma. Esboço para uma teoria da mídia.** São Paulo: Paulus, 2010.

_____. **O pensamento sentado. Sobre glúteos, cadeiras e imagens.** São Paulo: Unisinos, 2012.

_____. **As núpcias entre o nada e a máquina. As notas sobre a era da imagem em lugar do corpo.** CISC. Disponível em: <http://www.cisc.org.br/portal/pt/biblioteca/viewcategory/7-baitello-junior-norval.html> Acesso em: 22 set. 2013.

CONTRERA, Malena Segura. **Mediosfera meios, imaginários e desencantamento do mundo.** São Paulo: Annablume, 2010.

ELIADE, Mircea. **O sagrado e o profano.** São Paulo: Martins Fontes, 1992.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta.** São Paulo: Hucitec, 1985.

MONTAGU, Ashley. **Tocar: o significado humano da pele.** Tradução: Maria Sílvia Mourão Natto. São Paulo: Summus, 1998.

MORIN, Edgar. **O método 4, As ideias.** tradução Juremir Machado da Silva. Porto Alegre: Sulinas, 1998.

⁶ Hans Belting fala de imagens endógenas (quando elas estão dentro de nós, no sonho, no devaneio, na imaginação, no sonho diurno, nos cenários que construímos) e exógenas (quando habitam o espaço fora de nossos corpos, nas paredes, no papel, nas telas, nos objetos). BAITELLO (2012, p. 95)

RODRIGUES, David (org.). **Os valores e as atividades corporais**. São Paulo: Summus, 2008.

SILVA, Mauricio Ribeiro da, BAITELLO, Norval Jr. **Vínculos hipnógenos e vínculos culturais nos ambientes da cultura e da comunicação humana**. Compós. Junho 2013.

SILVA, Mauricio Ribeiro da. **De Babel à Cidade do Céu: a vertical, do mito a imagem**. *In*:

BORNHAUSEN, Diogo Andrade; MIKLOS, Jorge e SILVA, Mauricio Ribeiro (orgs.). **CISC 20 Anos: comunicação, cultura e mídia**. São José do Rio Preto: Bluecom Comunicação, 2012.