

ALBERTO KLEIN

## “NÓS NATURALIZAMOS UMA SÉRIE DE ESTEREÓTIPOS POR MEIO DE IMAGENS”

*NOSOTROS NATURALIZAMOS UNA SERIE DE  
ESTEREOTIPOS POR MEDIO DE IMÁGENES*

*WE NATURALIZE A NUMBER OF STEREOTYPES  
THROUGH IMAGES*

*CONCEDIDA A FELIPE MATEUS EM 09/11/2016*

**Alberto Klein** é professor e coordenador do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Universidade Estadual de Londrina. Graduado em Comunicação Social - Jornalismo pela mesma instituição, é mestre e doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Suas pesquisas concentram-se nos estudos das Teorias da Imagem, com ênfase em temas como cultura, mídia, religião e iconoclasmo

ISSN (2236-8000)

entrevista

**“NÓS NATURALIZAMOS UMA SÉRIE DE ESTEREÓTIPOS POR MEIO DE IMAGENS”**

Conferir maior complexidade aos objetos e fenômenos da comunicação e interpretá-los como aspectos e produtos de uma cultura que coloca os usuários das mídias como protagonistas de um jogo de visibilidade e invisibilidade. Estes são os desafios colocados pela atualidade às pesquisas voltadas à compreensão das imagens defendidos por Alberto Klein, professor e coordenador do programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual de Londrina. Ele esteve na Unesp em Bauru em novembro de 2016 como professor convidado da disciplina “Estudos Avançados em Teorias da Comunicação”, do Programa de Pós Graduação em Comunicação da Faac/Unesp, ocasião em que ministrou o seminário sobre Teorias da Imagem. Em entrevista à revista Comunicação Midiática, Klein relatou suas experiências na análise imagética de fenômenos religiosos, como a ascensão midiática neopentecostal no Brasil dos anos 1990 e, mais recentemente, a representação feita pelas mídias da religião e mundo islâmico, além de refletir a respeito dos usos e do consumo de tecnologias e plataformas de produção e difusão de imagens.

**Em sua trajetória de pesquisas, como você entrou em contato com as teorias da imagem?**

Desde a proposta de investigação do meu mestrado, que se iniciou em 1995, eu estava investigando algo que, de uma certa maneira, me chamava muita atenção, e depois esse processo ficou bem mais visível, que é o processo de espetacularização do universo religioso. Eu estava propondo naquela época um estudo de caso sobre as transformações do espaço de culto proposto pela Igreja Renascer em Cristo, do Estevam e da Sônia Hernandez, que depois que se tornaram pastores-celebridade. Essa proposta era, mais ou menos, pensar que a liturgia ou espaço de celebração religiosa passa por uma espécie de gramática televisual. Os cultos, desde aquela época eu observava, se orientavam conforme uma estética própria, conforme a estética dos programas de auditório da televisão, como o do Silvio Santos, tendo muito a ideia do entretenimento permeando isso. Envolve também muito a ideia de culto à personalidade do pastor. Então de certa forma eu acabei entrando nessa seara de investigação da imagem porque, no fundo, todo esse processo se resume a um processo de construção de novas imagens segundo uma estética midiática. Para um universo protestante, isso era uma coisa radicalmente nova, porque o mundo protestante tradicionalmente não é muito afeito à questão da imagem, ao uso da imagem na sua celebração religiosa, eles são mais iconoclastas, desde a época de Lutero. Porém, a imagem entra aqui não como um dispositivo religioso, mas como dispositivo midiático, que tem sim uma relação com o universo religioso à medida que o pastor se vale da condição de imagem midiática para se celebrar. Então eu considero o modo como o pastor se movimenta no palco, o jogo de luz, o modo como ele interage, o distanciamento programado em relação a plateia, o tratamento dado ao fiel como público e não como igreja. Isso tudo faz parte de um programa que espetaculariza o espaço religioso, celebra a figura

do pastor e o torna uma espécie de imagem midiática. Isso foi no meu mestrado, no doutorado eu seguir por essa linha, mas acabei enveredando para um estudo não mais apenas da cena do culto e como ela se configura, mas sobre possíveis interferências da mídia na própria dinâmica do espaço religioso como um todo, na arquitetura do templo, no modo como o religioso se expõe na mídia, no processo de iconização da figura do líder. E a sustentação para esse estudo veio de uma investigação que desse conta das funções dos ícones religiosos, que é algo que surge em Bizâncio, na Idade Média, e aí tentando encontrar alguns pontos de convergência entre o culto à imagem e o culto a essas figuras religiosas dentro de uma esfera midiática surgiu a minha tese de doutorado, que foi publicada na forma de um livro, "Imagens de Culto e Imagens da Mídia" (Ed. Sulina). Por isso, desde o meu mestrado a discussão sobre a imagem é uma questão central para mim.

**Você desenvolveu essas pesquisas durante os anos 1990, período em que houve uma explosão religiosa nas mídias, o que inclui tanto as figuras protestantes que você menciona, como também figuras católicas, como o fenômeno do Padre Marcelo Rossi. Foi nesse período também que ocorreram episódios importantes do ponto de vista da imagem, como o "chute na santa"<sup>1</sup>. Você chegou a abordar essas questões em suas pesquisas?**

Sim, no doutorado eu também abordo o fenômeno católico, até como uma forma de a Igreja Católica fazer frente a esse avanço neopentecostal, a Igreja Católica teve que lançar mão dos seus "padres-celebridades", e aí houve o caso clássico do Padre Marcelo Rossi. Mas talvez um aspecto singular de todo esse fenômeno que eu tentei me debruçar é que, muitos estudos de ordem sociológica e até mesmo dentro da comunicação surgiram com o objetivo de mapear como as igrejas avançaram com muito apetite sobre os meios de comunicação, adquirindo canais de televisão e rádio, transmitindo seus cultos e missas pelo rádio e pela TV, algo que começou no Brasil já na década de 1960, com o Robert McAlister<sup>2</sup>, e aí ao longo da década de 1970 os televangelistas se tornaram famosos, principalmente os norte-americanos e também as suas versões brasileiras. Só que esses estudos, embora muito importantes, sempre se pautavam em entender o avanço das igrejas sobre os meios de comunicação, e naquele momento eu queria entender o processo inverso, porque esse não é um processo de mão única, as igrejas não apenas devoram os meios de comunicação como também o audiovisual devorou a experiência religiosa de maneira que é possível pontuar vários fenômenos de como isso acontece, como a reconfiguração interna dos templos que obedecem um critério estético do audiovisual, o posicionamento de câmeras, por exemplo. Por que essas igrejas, principalmente as igrejas neopentecostais e as da Renovação Carismática Católica, optaram por espaços como cinemas, galpões, teatros antigos? É claro que há uma finalidade econômica, porque esses espaços já existem, você não precisa construir nada, mas há também uma razão estética, porque são espaços que facilitam o posicionamento de câmeras, já existe um palco montado, espaço para iluminação, e são espaços horizontalizados, diferente dos espaços verticalizadas das igrejas

<sup>1</sup> Episódio ocorrido em 12 de outubro de 1995 em que Sérgio von Helde, bispo da Igreja Universal do Reino de Deus, desferiu insultos e golpes contra uma imagem de Nossa Senhora Aparecida durante um programa religioso transmitido pela Rede Record.

<sup>2</sup> Televangelista canadense e fundador da Igreja Pentecostal de Nova Vida no Brasil.

tradicionais. Os templos católicos tradicionais ou mesmo as igrejas protestantes de arquitetura neoclássica tem o espaço verticalizado, essa verticalização dá conta da verticalidade do próprio sagrado. Agora, em espaços horizontais, a única possibilidade de verticalização que você tem é a figura do pastor no palco e no distanciamento promovido por isso. Então, isso que é próprio da cultura de massa e do espetáculo midiático, que converte sua atenção para um ponto que é uma imagem, que no caso do teatro é encarnada pelo performer, pelo ator que vai entreter o público, quem está ali não é mais um sacerdote, mas sim uma pessoa que vai entreter um público. Esses espaços vão então emular isso. Para mim isso era um movimento de projeção de uma estética audiovisual sobre o mundo da experiência religiosa. De fato, esse processo de espetacularização pressupõe um distanciamento entre a figura do sacerdote, do pastor, do público. Há um distanciamento, que é físico, mas é programado, já que essa estética do audiovisual, que visa a construção de imagens, de ídolos etc. Então esse é um exemplo de como se dá essa retroalimentação entre o audiovisual e a religião. E aí você tem episódios que são muito próprios dessa nova experiência midiática, como por exemplo a própria experiência religiosa que se coloca pela TV, que admite um tempo e um espaço que não é do templo, é o tempo e o espaço da mídia. Eu fui a um culto televisionado dessas igrejas e era estranho, porque o pastor celebrava o culto para câmera, não para o fiel. E aí eu tinha a experiência de assistir o culto ao vivo pela TV, para fazer o contraponto, e de fato, como telespectador, eu me sentir mais envolvido pelo culto do que alguém que estava presente fisicamente no templo, no culto que estava sendo transmitido ao vivo pela TV. No templo, o pastor era conduzido por um cronômetro para saber quando entrava o intervalo comercial, se dirigia só à câmera, ele interagia com o fiel só quando interessava para construir aquela história que ia ser narrada em vídeo tape. Essa experiência religiosa midiática dá o tom da religiosidade contemporânea e é um fenômeno novo em que as pessoas abdicam da relação espaço-temporal que é própria das religiões para estar em um espaço-tempo que não existe, ao mesmo tempo em que você tem uma mediação da TV ou hoje da internet, não necessariamente ao vivo. Isso leva algumas contradições engraçadas. Por exemplo, o momento da oração, que para o fiel é muito importante, é um momento em que não faz sentido discutir o espaço-tempo dessa oração, porque a oração é tida como uma conversa com deus que visa a uma interferência no mundo. Então, quando o pregador fala “vamos orar por um milagre na sua vida, que nesse momento sua vida seja transformada, que sua doença caia por terra ou que suas finanças sejam sanadas etc”. Que tempo é esse? Que espaço é esse do fiel, que está em casa, assistindo a um videotape, em um lugar que, a princípio, é virtual? Então isso coloca novas contradições para a experiência religiosa contemporânea. Ou então quando o pastor, naquele momento, entre aspas, manda o fiel colocar um copo d’água em cima do aparelho de tv, para que a benção irradie e passe para a água e depois o fiel beba essa água. Então são práticas que se desenvolvem em um ambiente midiático, não são transportadas para a mídia apenas, mas são reconfiguradas e são práticas novas. Sobre o episódio do chute na santa eu cheguei a escrever um artigo. É claro que aquilo deve ser condenado, foi em 1995, um bispo da Igreja Universal do Reino de Deus, em um programa de madrugada, ao

vivo, ele desferiu alguns chutes em uma imagem de madeira de Nossa Senhora Aparecida e o argumento dele é que aquilo não tinha poder, que era apenas uma imagem de madeira e que não fazia sentido venerar uma imagem como aquela. Engraçado que hoje a Universal também se utiliza de mecanismos como a imagem para estabelecer esse processo mediador, mas o gesto dele deve ser interpretado como um gesto de intolerância religiosa e ele foi condenado por isso, mas o que motivou a saída desse bispo do Brasil, que se exilou nos Estados Unidos, não foi uma reprovação moral pela intolerância religiosa, foi o risco de vida que ele corria porque, no Brasil, Nossa Senhora Aparecida não é apenas um símbolo unificador da religião. É de fato, mas ela também encarna um ambiente da imagem que a considera parte do sagrado. Então é uma ofensa diretamente ao sagrado, você não tem essa coisa de "apenas um pedaço de madeira", aquilo é uma memória que evoca a dimensão sagrada. Por isso, a violência que foi usada contra a imagem pode resultar em uma violência ainda maior contra ele próprio. Então a gente tem que lidar com esses fenômenos novos, da alta visibilidade desses gestos, de toda essa reconfiguração religiosa. E outra coisa, há o desenvolvimento de um culto à personalidade muito forte, que é própria dos meios audiovisuais. Eu me lembro de um episódio engraçado, a Igreja Pentecostal Deus é Amor tinha como líder David Miranda, que morreu faz pouco tempo. Ela é uma igreja avessa à televisão, ela nunca apostou na televisão, porque o David Miranda, líder máximo, argumentava que a televisão era do diabo, um argumento até comum entre as igrejas pentecostais. Ou seja, já havia uma demonização da tv. Eu fui uma vez a um templo que eles construíram no Parque Dom Pedro, em São Paulo, um templo gigantesco, e eu fiquei impressionado porque o palco tinha uma plataforma elevadiça, que descia e subia, e ele era cercado por uma tela de vidro, para proteção mesmo do líder religioso. Era curioso porque o David Miranda surgia no palco subindo e depois descendo, algo totalmente ancorado em uma estética das celebridades que aparecem no palco, tem todo aquele espetáculo, depois some. Depois que ele ia embora, as pessoas se aproximavam do palco e ficavam orando e isso me lembrou muito as imagens religiosas em que as pessoas se aproximam das imagens para orar. Mas ao mesmo tempo me lembrava de uma imagem até jocosa, da Xuxa chegando no programa dela no disco voador (risos). Então é isso, a construção imagética do líder, como celebridade, obedece a uma economia da visibilidade, que é própria dos meios de comunicação. A administração de uma economia da visibilidade estava ali colocada em uma igreja cujo líder dizia que os fiéis não podiam ver tv. Mas a TV estava ali.

**Atualmente você ainda trabalha com questões relacionadas ao âmbito religioso, mas agora voltadas ao Islã. Acredito que muitas das questões sobre o Islã que envolvem as teorias da imagem tenham sido motivadas pelo 11 de setembro...**

Sim, quando eu entrei na Universidade (Estadual de Londrina), meu primeiro projeto de pesquisa foi sobre as representações midiáticas do 11 de setembro. Naquela época eu estava um pouco cansado de frequentar igreja (risos), para estudar a relação entre imagem e culto. Então resolvi me manter no campo da imagem, mas com um recorte do 11 de setembro. Mas

quando se discute a respeito da sociedade midiática, essas raízes que estão muito bem fincadas dentro do espaço do sagrado e da religião também se imiscuem nos espaços da mídia, como é o caso do 11 de setembro, a representação do mundo islâmico, que foi o grande alvo do ocidente nessa reconfiguração geopolítica motivada pelo 11 de setembro. Havia então algumas matizes simbólicas ancoradas na religião e é interessante que no entorno do ambiente criado pelo 11 de setembro nós temos diversos episódios de confrontação simbólica, vinculada ao sagrado, colocando a imagem como um dispositivo de tensões culturais. Bem, o 11 de setembro foi concebido como um gesto iconoclasta, porque os terroristas que tomaram de assalto os aviões e se lançaram contra as torres pressupunham essa natureza imagética das torres. Destruir as torres só reforça o seu caráter imagético, e o posterior desabamento delas faz com que elas, definitivamente, se consolidem como imagem no imaginário contemporâneo. Porém, a imagem serviu a partir daí de mecanismo de demonização da alteridade, de reconfiguração da alteridade, que tentavam, no mínimo, associar o terror, o não-civilizado, o obscurantista, à figura do islã. Com o tempo, foram se naturalizando uma série de narrativas midiáticas, por meio de imagens, que não permitiam outra associação ao islã que não fosse com o terror, com a opressão de mulheres e crianças, com a violência etc. Associar isso por meio de imagens era natural, você via a imagem de um muçulmano, ou nem de muçulmano, poderia ser a imagem de um palestino cristão, que usa uma vestimenta semelhante a um muçulmano, é um terrorista islâmico, é natural no senso comum esse tipo de associação. A questão é que essas reconfigurações foram ficando muito bem demarcadas na grande mídia. Eu estudei por um tempo as reproduções fotográficas do islã na Folha de S. Paulo, depois na Veja, e não só fotografia, mas textos e legendas. É interessante, logo após o 11 de setembro a Folha de S. Paulo demarcou essa polarização na capa, então era muito comum, durante um mês, você encontrar capas da Folha com fotos de crianças muçulmanas e fotos de crianças ocidentais. As ocidentais eram retratadas brincando, enquanto as muçulmanas eram retratadas jogando pedras em soldados israelenses, ou com armas, para, inevitavelmente, você estabelecer um contraponto. E aí a abundância dessas formas de representação de uma oposição nos levou a esse estado de coisas, nós naturalizamos uma série de estereótipos por meio de imagens que não permitem uma leitura mais complexa do oriente se não for mediada pela ideia de terrorismo e de barbárie. A partir disso, alguns episódios se tornaram marcantes, como a representação de Maomé em um concurso de charges de um jornal dinamarquês, em 2005. Uma das 12 charges publicadas no jornal era do profeta Maomé com uma bomba no lugar do turbante. Muito se falou a respeito da liberdade de expressão quando esse jornal publicou isso, jornal esse de direita e xenófobo. Mas, associar o profeta ao terror é uma violência insuportável para o muçulmano. Primeiro porque, na religião islâmica, não se deve produzir imagens do sagrado, muito menos fazer esse tipo de associação. Foi uma violência grande, várias embaixadas da Dinamarca sofreram retaliações. Impossível também não falar do caso de Charlie Hebdo, cujas publicações renderam um atentado. Não vou dizer que foi culpa das publicações, seria injusto com os jornalistas que foram mortos por isso, mas a imagem estava ali como elemento de tensão. A justificativa pelo atentado era justamente

a falta de respeito ao colocar nas representações do islã no ambiente da charge, do jocoso, do deboche. Mas esse aspecto destrutivo e ofensivo da imagem continua até hoje, nós reatualizamos uma função antiga da imagem, porque a primeira forma de você destruir a alteridade de uma maneira eficiente passa pela imagem, é ferindo simbolicamente. E isso é algo arcaico, porque no fundo as imagens não são meras representações, elas interferem em alguma coisa, a ponto de você passar mal, vomitar quando se sente ofendido por uma imagem. E isso está se mostrando uma realidade que não foi apenas revisitada pelo Charlie Hebdo, mas que dá a cor do mundo contemporâneo, porque a imagem é um dispositivo de ofensa, a ponto de você agredir alguém por conta das imagens.

**Atualmente, um fenômeno que chama muita atenção dentro da perspectiva das imagens e sobre o islamismo é o grupo Estado Islâmico, que se apropria dos meios de produção de imagens para produzir suas próprias imagens. Outros grupos, como a Al-Qaeda, já faziam isso, mas o Estado Islâmico desperta a atenção pelo nível de profissionalismo com que fazem isso. Já é possível fazer reflexões a respeito desse fenômeno?**

Eu já li trabalhos, mas particularmente nunca tive contato com orientações do tipo. Estou orientando um trabalho que se aproxima dessa discussão, mas o foco ainda é no Charlie Hebdo, mas não sei qual é o futuro do Estado Islâmico, hoje ele já não é tão forte quanto ele foi há um ano. É claro que isso depende mais de um acordo entre os russos e os norte-americanos para uma ação na Síria e no Iraque (risos), mas o Estado Islâmico é, de fato, um caso e precisa ser estudado. Se você compará-lo à Al-Qaeda, que era o grande grupo terrorista antes da dissolução da Síria, antes da deposição de Saddam Hussein, a Al-Qaeda produzia vídeos. Às vezes o (Osama) Bin Laden aparecia como um fantasma em um vídeo amador, amaldiçoando o ocidente, ameaçando novos ataques. Eu imagino que os norte-americanos sempre se aterrorizavam com aquelas aparições fantasmagóricas do Bin Laden, mas eram vídeos toscos, feitos com câmeras amadoras, em cavernas. Dessa produção audiovisual da Al-Qaeda para a produção das narrativas audiovisuais e das ameaças de toda a máquina midiática do Estado Islâmico, é como se nós comparássemos um vídeo amador do YouTube com a indústria hollywoodiana, eles sabem fazer porque eles operam dentro de uma lógica midiática de visibilidade, eles sabem que o mundo hoje opera dentro da lógica da visibilidade midiática, e fazem de uma maneira profissional, fazem rap, videoclipes. Parece que eles estão totalmente antenados com a produção de entretenimento da mídia de hoje, de YouTube. O que eles fazem não difere em nada, fazem com muita competência. Claro que para outros fins, no fundo a Al-Qaeda era mais moderada em seu discurso religioso que o Estado Islâmico. Mas o Estado Islâmico é hiper profissional em articular esse discurso por meio da mídia, por meio da imagem.

**Partindo para uma outra questão, mais do ponto de vista dos usos midiáticos, hoje nós temos uma gama de recursos tecnológicos, tanto de produção quanto de difusão, que se baseiam na imagem. O YouTube é uma plataforma de vídeos, há o Instagram, o Snapchat, são espaços**

**em que existe o acesso a muitas imagens e os usuários produzem muitas imagens. Existem já perspectivas a respeito disso, tanto na questão do consumo quanto de produção?**

Eu acho que nosso grande desafio na academia é tentar, ao abordar esses novos fenômenos e plataformas, não reduzir essa discussão a uma mera questão técnica, uma questão descritiva de novos processos de comunicação. Mas sim tentar distanciar o olhar das minúcias dessas plataformas para um processo mais abrangente que é a construção de novos ambientes da imagem no qual essas plataformas se inserem. Que ambiente é esse? Acho que essa é a questão que nos move hoje, nós estamos tateando as características desses novos ambientes da imagem. Não dá para falar do Snapchat e zerar a história dele, não. Eu acho que a gente deve olhar para o Snapchat com uma perspectiva histórica e de como a construção da imagem e do olhar nos levou à possibilidade de chegar a uma plataforma como o Snapchat. Esse é o desafio que eu não vejo em muitos trabalhos. No fundo, é injetar maior complexidade aos objetos.

**O fato de muitas dessas mídias serem pautadas em uma prática em que as pessoas produzem imagens delas mesmas e sobre elas mesmas é uma novidade ou isso sempre existiu?**

A produção imagética do selfie, essa produção subjetiva de imagens, de uma certa forma é uma novidade, há uma novidade nisso tudo. Até pouco tempo atrás, você podia ser, no máximo, um produtor de informações, de textos, de ideias, de livros. Mas a produção técnica da imagem, até pouco tempo, caminhava em mão única, da difusão para o consumo. Hoje essas plataformas trazem justamente a novidade da abrangência, porque antes você podia fazer um desenho de si mesmo, tirar uma foto, espalhar para a sua família, mas hoje a encenação do eu no espaço público ganha uma circulação, a partir desses dispositivos, que de fato precisa de um olhar mais cuidadoso. Nós abordamos isso por meio de diversas expressões, como o espetáculo do eu, do selfie. A gente tende muito a ver isso por uma lógica negativa, do narcisismo, da narcose. Mas eu acho que a gente tem que superar um pouco isso, ir um pouco além dessa visão negativa, não que eu seja Poliana, ou veja essa encenação do eu como algo positivo, mas eu acho que nós temos que superar um pouco isso e tentar entender esse fenômeno como sintoma de uma cultura que coloca o indivíduo em uma cena em que esse jogo de visibilidade e invisibilidade do eu nas redes sociais é crucial para a formação da identidade dos indivíduos, a ponto de a identidade se reduzir a isso. Esse jogo de encenações agora é mediatizado, acho que isso é uma coisa que precisa ser problematizada e, de uma maneira ou de outra, a área da comunicação tem que se atentar para esses fenômenos com competência.