

## Adoração da imagem na contemporaneidade

### Adoration of the image in modern times

Ana Carolina Felipe Contato<sup>1</sup>

**Resum:** Fundado em janeiro de 2012 pelos torcedores Elton Reale, Henrique Rojas, Marcelo Fernandes e Caetano Sevilla, o site “Igreja de São Marcos” conta hoje com cerca de oito mil e quinhentos devotos e mais de 18 mil “curtidas” no Facebook. Criado para homenagear um dos ídolos do Palmeiras, o goleiro Marcos, o site se vale de símbolos da Igreja Católica, como o batismo, a oração e o culto à imagem. O presente trabalho tem por objetivo demonstrar a necessidade humana de suprir seu entorno de imagens, especialmente as de culto. Mostra também, a passagem das imagens clássicas para as tecnoimagens e no que isso modifica as relações de adoração entre devoto e santo, explicitando as relações de mitificação que se engendram.

**Palavras-chave:** Comunicação; Imagem; Mito.

**Abstract:** Founded in January 2012 by the fans Elton Reale, Henrique Rojas, Marcelo Fernandes and Caetano, the website “Igreja de São Marcos” has today about eight thousand five hundred devotees and more than 18 thousand “likes” on Facebook. Created to honor one of Palmeiras’s idols, the goalkeeper Marcos, the site uses the symbols of Catholic church, like baptism, prayer and the Cult of image. This paper aims to show human necessity of feed our environment with images, specially the Cult ones. Shows also, the transition from the classic images to the technoimages and how it modifies the relations of worship between devotee and Saint, bringing to light the relations of mystification that are generated.

**Keywords:** Communication; Image; Myth.

---

<sup>1</sup> Jornalista; Mestranda em Comunicação Visual pela Universidade Estadual de Londrina. Bolsista pela CAPES.

## 1. Considerações Iniciais - Imagem Clássica e tecnoimagem

Desde tempos imemoriais, o homem faz representações imagéticas de si próprio, do mundo e do sobrenatural, algumas dessas com objetivo de cultuar o divino. As imagens clássicas – assim denominadas por serem de período anterior às tecnologias de reprodução, ou seja, não feitas por aparelhos e sim por mãos humanas – podem ser classificadas de acordo com as diferentes épocas em que foram criadas.

Pode-se dizer que as imagens tradicionais, de modo geral, sejam feitas para o uso privado (desde as pinturas rupestres até as telas renascentistas) e seu valor se dá muito mais pelo culto que pela exposição. Além disso, no que se refere especificamente às imagens religiosas, percebe-se que o vínculo imaginário criado por estas em seu admirador permanece mesmo após sua saída do ritual místico, tornando tal experiência muito mais intensa se comparada à participação estética das culturas de massa, por exemplo.

Percebe-se claramente tal fato quando observam-se as culturas iconográficas “arcaicas”, em que a imagem é dotada de poder. Acreditava-se que muitas destas imagens eram *A-cheiro-poieton*, ou seja, não feitas por mãos humanas, ratificando sua divindade; acreditava-se que elas não deveriam, portanto, ser vistas por olhos humanos.

De acordo com Alberto Klein, já no que tange às ilustrações do cristianismo,

Investir a imagem de poderes sobrenaturais, dar-lhe culto, eram práticas pagãs, sobre cuja presença não há informações nos primeiros séculos do cristianismo, mas foram sendo, aos poucos, incorporadas e recebendo justificativas teológicas. Não nascem entre bispos e teólogos, mas sim entre o povo leigo, em uma época em que Cristianismo, ainda em seu início, convivia com crenças, superstições e cultos a ídolos pagãos (KLEIN, 2006. p. 53).

É importante salientar também, que a alfabetização da maioria das pessoas vem se dando de modo gradual a partir do século XIX e, à época, as imagens tinham a responsabilidade de educar os cristãos, ilustrando a Bíblia. Embora a reforma protestante tenha sido afamada de iconoclasta, o próprio Martinho Lutero acreditava na função didático-pedagógica das imagens, enquanto instrumentos de conversão e esclarecimento aos cristãos.

Percebe-se neste percurso histórico, um sobrepujamento da visão em detrimento dos outros sentidos, como a audição, por exemplo. À medida que perdemos a cultura do ouvir – predominante nas sociedades orais – agiganta-se a relação com as imagens. Tal fato é elevado à máxima potência com o surgimento das imagens técnicas, que tem seu início na fotografia.

No livro *O Fotográfico*, Olga Rodrigues von Simson afirma que os avanços tecnológicos, o isolamento social e a violência da sociedade contemporânea têm levado os homens a permearem seu cotidiano com cada vez mais imagens, preferindo viver uma realidade virtual. Se antes as fotografias tradicionais faziam parte da memória, hoje as tecnologias digitais as desvinculam de qualquer compromisso com a realidade, fabricando imagens híbridas.

Se outrora a foto podia ser encarada como uma representação elaborada cultural-estética-tecnicamente, ou seja, uma construção coletiva, agora, como afirmam André Parente e Boris Kossoy, é plausível pensar num futuro de fotografias sem referência no real, criando um passado que jamais existiu. Vê-se nascer, com as novas tecnologias, uma tendência para a imaterialidade, ou seja, o ciberespaço. De modo geral, enquanto a imagem tradicional é histórica e linear, a de síntese se descola da linearidade, vinculando-se ao código binário de 0 e 1 (zeros e uns) da internet.

Vilém Flusser aponta para uma tentativa de criação de uma cultura imaterial, em que as coisas que nos afetam são produzidas para e pela mídia. Ele ainda define a contemporaneidade como a pós-história, em que a tecnoimagem é colocada em 1º plano, suplantando até mesmo a escrita.

O teórico ressalta que se antes as pessoas tinham que se deslocar para ver as imagens – especialmente as sagradas – agora elas se transportam até o receptor (graças aos televisores e computadores, por exemplo), tornando o espaço público cada vez mais supérfluo. As tecnoimagens passam a ser tomadas como modelos de comportamento, numa clara demonstração de que o fetichismo inerente às imagens de culto continua presente nas imagens de mídia.

A este respeito, Klein decreta:

Trata-se aí da tentativa de recuperar um poder que as imagens rituais exerciam sobre o homem, mesmo que residualmente. O objetivo é, claramente, provocar encantamento (...) do mesmo modo, o culto dedicado aos líderes políticos e o patrocínio da cultura de massa à veneração das estrelas do *show business* mostram a força do encantamento exercido pelas imagens ainda na entrada do século XXI (KLEIN, 2006. p. 47).

## 2. O mito arcaico e o mito moderno

Tomando-se a premissa de Edgar Morin de que o espírito humano se alimenta de representações, é razoável associar o pensamento simbólico ao que é mitológico e mágico. Embora Morin faça uma dissociação entre o pensamento simbólico e o empírico, é o próprio quem questiona se seria possível encontrar alguma comunidade humana sem cimento mitológico.

O mito, tomado como uma narrativa aberta, passível de reconstruções e reinterpretações ao longo do tempo, pode ser usado com distintas finalidades. No passado, para Morin, “decerto que os maiores mitos ou os mais profundos narram a origem do mundo, a origem do homem, o seu estatuto e a sua sorte na natureza, as suas relações com os deuses e os espíritos” (MORIN, 1992, p. 150).

Comumente, tem-se a ideia de que o mito é trazido à cena quando o pensamento racional não é capaz de suprir todas as necessidades de explicações a respeito do mundo. É importante salientar, entretanto, que o homem, de acordo com Mircea Eliade, traz consigo bases pré-históricas, ou seja, pré-pensamento racional linear, que alimentam seu subconsciente com imagens fantásticas, seja em sociedades “arcaicas”, seja nas mais avançadas cientificamente. Eliade lembra que “a mais pálida das existências está repleta de símbolos, o homem mais “realista” vive de imagens (...) os símbolos jamais desaparecem da atualidade psíquica: eles podem mudar de aspecto; sua função permanece a mesma”. (ELIADE, 1991, p. 12,13).

Mitos surgem da capacidade humana de imaginar, ou seja, formar imagens mentais, o que prova a íntima relação entre pensamento mitológico e uma cultura imagética. Atualmente, na realidade hipermediatizada e na sucessão de tecnoimagens que nos cerca, pode-se afirmar que haja um ambiente extremamente propício para o transporte de tais imagens para o campo mitológico, pois como recorda Klein,

Desvinculadas aparentemente do universo da magia e da religião, as imagens superabundam um mundo que se autodenominou “sociedade da informação”. Em nosso tempo, as imagens, nas suas mais variadas formas, compõem fluxos de mensagens que obrigam o homem contemporâneo a estar o tempo todo conectado com o mundo através das mídias. Mas, como observamos, o despir-se da magia e do sagrado é apenas aparente. A imagem guarda em sua natureza o problema do *duplo*, conforme explicado por Edgar Morin e por Dietmar Kamper, e a procura pelo encantamento e pelo borramento das representações permanece em um tempo em que são as imagens que caçam nossos olhares, e não o contrário. (KLEIN, 2006. p. 79,80, grifo do autor).

Abre-se espaço então, para o culto não mais a deuses, mas a personagens midiáticos que se travestem como tais; na sociedade da informação, as celebridades ganham status mitológico.

### **3. O mito moderno: São Marcos**

Na Igreja Católica, a devoção ao Deus único é compartilhada com santos e santas – homens e mulheres que após a morte, tem milagres comprovados e, deste modo, são beatificados e posteriormente, canonizados. Embora seja prática relativamente comum dentro da Igreja, os primórdios da reverência a seres humanos se deram, provavelmente, graças às fotos de tais pessoas postas juntamente aos seus túmulos, gerando culto à sua imagem.

Se antes era necessário peregrinar até tais tumbas para conhecer a imagem do santo, com a televisão as imagens passaram a ser trazidas para dentro das casas. Com a internet, esse processo se tornou ainda mais dinâmico; o antigo modelo de *emissor – receptor* fica no passado e a interatividade se torna efetiva. Na rede, é possível acender velas virtuais, mandar mensagens e orações aos santos, ver e cultuar suas imagens.

O culto levado à superficialidade a tela se repagina e ganha santos extra-católicos, numa clara apropriação dos cânones religiosos para o culto a personagens midiáticos. Como já indicara Mircea Eliade, as imagens e mitos podem ser camuflados ou modificados ao longo do tempo, mas a humanidade jamais conseguirá extirpá-los de sua existência.

Assim, figuras notórias da própria mídia acabam se tornando alvo de veneração, como o ex-goleiro do palmeiras, Marcos Roberto Silveira Reis, popularmente chamado de Marcos.

O jogador, que dedicou toda sua carreira profissional (20 anos) ao time do Palestra Itália, aposentou-se dos gramados no início de 2012. Além de defender a camisa alviverde, também foi goleiro titular da Seleção Brasileira de Futebol na Copa do Mundo de 2002, quando da conquista do pentacampeonato. A vitória certamente contribuiu para o aumento de sua popularidade entre os torcedores de outros times do Brasil.

Literalmente cultuado pela torcida, o ex-jogador ganhou em janeiro sua própria igreja virtual, a Igreja de São Marcos (figura 1).

**TOTAL DE DEVOTOS: 8570**

SEJAM BEM-VINDOS À IGREJA DE SÃO MARCOS.

**SALA DA FÉ**  
VEJA A MANIFESTAÇÃO DE FÉ DE OUTROS DEVOTOS.

**O SANTO**  
A HISTÓRIA DO SÃO MILAGREIRO

**ORAÇÃO A SÃO MARCOS**  
CONFIRA AQUI A PRECE AO SANTO.

**BATIZADO**  
TORNE-SE UM VERDADEIRO DEVOTO DE SÃO MARCOS.

**COMPARTILHE**  
CONTE AOS AMIGOS E CONVIDE OUTROS IRMÃOS.

**IGREJA DE SÃO MARCOS**

VOCÊ ACABA DE ENTRAR NA CASA DO SANTO MILAGREIRO DE PALESTRA ITÁLIA, MAIS CONHECIDO COMO SANTO DAS DEFESAS IMPOSSÍVEIS. ACENDA UMA VELA E DEIXE A SUA MENSAGEM PARA O ETERNO CAMISA 12.

**IR PARA O ALTAR**

Curtr 17625 curtrâm. Cadastre-se para ver do que seus amigos gostam.

Figura 1: home do site da Igreja de São Marcos

Analisando o *template* do site, nota-se a figura do goleiro devidamente uniformizado ao centro, com as mãos em riste, apontando para o céu e uma espécie de auréola em torno de sua cabeça, conferindo-lhe ares sacros, como o santo original da igreja católica (figura 2).



**Figura 2: São Marcos Evangelista, santo da Igreja Católica, com aura semelhante em torno da cabeça**

Compondo a imagem com o ex-jogador, ao fundo há a imagem de um gol e uma vela acesa de cada lado, contextualizando sua função profissional e unindo-a a seus atos milagrosos; a própria inscrição na parte de baixo chama-o de “santo das defesas impossíveis” (figura 3).



**Figura 3: O goleiro ajoelhado apontando para os céus: “Santo das defesas impossíveis”**

Na lateral esquerda, ainda na página principal, aparece o número total de “devotos”: 8570, número que cresce a cada dia. A denominação “devotos” surge como outra evidência da tentativa de associar a devoção católica aos seus santos com a devoção cibernética ao goleiro. Ídolo do Palmeiras por duas décadas, o simbolismo criado em torno de sua figura extrapolou a fronteira dos torcedores mais fiéis, alcançando status nacional. É Edgar Morin quem nos lembra que “o símbolo tem muitas vezes um caráter e uma função comunitárias, e, nesse caso, ‘torna-se significante de uma estrutura social à qual pertence’” (ORTIGUES, apud MORIN, 1992, p. 148).

Ainda na lateral esquerda, tem-se um ícone que direciona o internauta para a “sala da fé”, onde velas virtuais são acesas para o goleiro, momento em que muitas pessoas pedem por milagres, tal qual nas igrejas físicas (figura 4).



**Figura 4: “Sala da fé”, onde os devotos podem acender velas virtuais para seu “santo” e fazer pedidos**



Aqui, a relação do homem com o mundo virtual, como se este representasse a concretude se mostra plenamente: velas virtuais são virtualmente acesas para um santo também virtual. A imagem de Marcos nas velas é uma representação daquilo que se pode encontrar em velas cristãs reais, em que a fotografia do santo a quem se reza vem impressa. Aqui, o fiel Augusto Mesquita pede: “Hoje é dia de jogo então vamos acender uma vela para que o Santo nos ajude, mesmo que de fora!”.

Embora o goleiro já tenha se aposentado, como lembra o próprio torcedor, é importante pedir que ele, mesmo ausente, interceda por um resultado positivo pelo Palmeiras. Novamente Morin nos lembra que

O símbolo suscita o sentimento de presença concreta daquilo que é simbolizado, e, na plenitude da sua força, constitui, numa só palavra ou numa só figura, uma implicação ou concentração hologramática original da totalidade que ele torna presente; assim, no extremo fervor da crença, a cruz implica a paixão, a morte e a ressurreição de Cristo. (MORIN, 1992, p. 148).

No caso aqui estudado, a vela simboliza o jogador investido de santo e suscita sua presença, mesmo que por uma representação midiática na tela do computador.

O último item do lado esquerdo da tela principal é “a história do santo milagreiro”, em que o leitor é levado a uma página que conta a trajetória de vida do futebolista (figura 5).

**TOTAL DE DEVOTOS: 8570**

**O SANTO SÃO MARCOS**

SEJAM BEM-VINDOS À

**SALA DA FÉ**

VEJA A MANIFESTAÇÃO DE FÉ DE OUTROS DEVOTOS.

**O SANTO**

A HISTÓRIA DO SÃO MILAGREIRO

**A HISTÓRIA DO SÃO MILAGREIRO**

NASCIDO NOS RINCÕES DO ESTADO DE SÃO PAULO, MARCOS ROBERTO SILVEIRA REIS SAIU CEDO DE CASA PARA CUMPRIR A SUA MISSÃO. COM ALGUMAS ROUPAS, LUVAS E UM PAR DE CHUTEIRAS SURRADAS, O MENINO MARCOS DEIXOU ORIENTE E RUMOU PARA A TAMBÉM INTERIORANA LENÇÓIS PAUUSTA, ONDE COMEÇOU A TREINAR DE VERDADE.

COM TALENTO E DEDICAÇÃO INIGUALÁVEIS, O GAROTO DE 17 ANOS SE DESTACOU, GANHOU A POSIÇÃO E ACABOU ATINGINDO UM PASSO IMPORTANTÍSSIMO EM SUA JORNADA DOIS ANOS DEPOIS, QUANDO RUMOU PARA SÃO PAULO.

DE ORIGEM HUMILDE, MARCOS CHEGOU À CIDADE GRANDE E FOI DEMONSTRAR SEUS MILAGRES NA REGIÃO DA BARRA FUNDA, MAIS PRECISAMENTE NOS VERDES GRAMADOS DE PALESTRA ÍTÁLIA. ALI, BERÇO DE ONDE ATUOU O DIVINO ADEMIR DA GUIA, O GAROTO CAIU, LEVANTOU, PULOU, SUOU E ACABOU SENDO ESCUTADO - CONQUISTANDO DEVOTOS FERVOROSOS.

E DE TÃO AMADO POR SEUS SEGUIDORES, FOI COROADO "SÃO MARCOS" EM 1999.

**ORAÇÃO A SÃO MARCOS**

CADEIRA AQUI A PRECE AO SANTO.

**BATIZADO**

SE UM VERDADEIRO DEVOTO DE SÃO MARCOS.

**COMPARTILHE**

COMENTE AOS AMIGOS

CONVIDE OUTROS IRMÃOS.

**SANTO DAS DEFESAS IMPOSSÍVEIS. ACENDA UMA VELA E DEIXE A SUA MENSAGEM PARA O ETERNO CAMISA 12.**

**IR PARA O ALTAR**

Curtir 17625 curtiram. Cadastre-se para ver do que seus amigos gostam.

**Figura 5: a história do jogador é contada com ares de mito**

Logo no início, lê-se: “de origem humilde, Marcos chegou à cidade grande e foi demonstrar seus milagres na região da Barra Funda, mais precisamente nos verdes gramados do Palestra Itália (...)”. Os milagres a que se refere o texto são as defesas do goleiro, mas o processo de mitificação do atleta sugere que seus feitos dentro de campo sejam elevados à condição de extra-terrenos. Neste sentido, Eliade afirma que “o inconsciente não é unicamente assombrado por monstros: ele é também a morada dos deuses, das deusas, dos heróis, das fadas” (ELIADE, 1991, p. 10). Aqui, o herói moderno não é construído pela tradição oral, mas pela mídia que eleva atletas ao nível de santos.

Já no outro lado da tela, o primeiro item corresponde à “Oração a São Marcos (figura 6).

**TOTAL DE DEVOTOS: 8570** | **ORAÇÃO A SÃO MARCOS**

CONFIRAR AQUI A PRECE AO SANTO.

Ó SANTO DAS DEFESAS IMPOSSÍVEIS, PEDIMOS QUE CONTINUES A NOS DEFENDER SEMPRE. QUE A SUA IMPULSÃO NOS ELEVE ÀS ALTURAS E QUE QUALQUER PERIGO QUE RONDE NOSSA ÁREA SEJA AFASTADO PRONTAMENTE.

Ó SANTO QUE VESTE LUVAS, PEDIMOS QUE AS SUAS MÃOS TOQUEM O CORAÇÃO E A CONSCIÊNCIA DAQUELES QUE CUIDAM DA BOLA. QUE O FUTEBOL ALVIVERDE SEJA O NÚMERO UM E, ACIMA DE TUDO, QUE ELE SEJA SEMPRE UMA ESCOLA.

Ó SANTO DA CAMISA 12, PEDIMOS QUE CONTINUES SENDO ETERNAMENTE O NOSSO DÉCIMO SEGUNDO JOGADOR. QUE SEUS MILAGRES NOS GUIEM PARA OS GOLS E AS GLÓRIAS, AINDA QUE AS PEDIDAS GLÓRIAS EXIJAM SUOR E DOR.

Ó SANTO QUE VEIO DO ERMO INTERIOR, PEDIMOS QUE NOS AGRADECES COM A SUA HUMILDADE TODOS OS DIAS; QUE FALEMOS COM A HONESTIDADE QUE FALAS E QUE FAÇAMOS TUDO EXATAMENTE COMO FARIAS.

Ó SANTO MARCOS DE PALESTRA ÍTÁLIA, A TI AGRADECEMOS O PASSADO, CONFIAMOS O PRESENTE E PROMETEMOS NO FUTURO JAMAIS FUGIR DA BATALHA.

AMÉM.

SANTO DAS DEFESAS IMPOSSÍVEIS. ACENDA UMA VELA E DEIXE A SUA MENSAGEM PARA O ETERNO CAMISA 12.

**IR PARA O ALTAR**

Curtir 17625 curtiram. Cadastre-se para ver do que seus amigos gostam.

**Figura 6: Oração a São Marcos**

Nos mesmos moldes das orações cristãs, a oração de São Marcos agradece as graças já alcançadas e pede por novos milagres, terminando com o “amém” das rezas tradicionais. Mais uma vez, percebe-se a tentativa de associar a imagem do jogador à imagem de

santo, assim como no ícone “batizado”, em que o fiel ganha uma espécie de certificado (figura 7).



**Figura 7: o certificado de batismo concedido ao devoto de São Marcos**

No certificado de batismo – semelhante ao emitido pela Igreja Católica – o devoto preenche com seu nome e pode imprimir, como se fosse um atestado real de batismo. Nele, lêem-se as inscrições: A Igreja de São Marcos certifica que \_\_\_\_\_ foi batizado no dia \_\_\_ de \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ em nome do santo milagreiro de Palestra Itália, por devoção à sua imagem, respeito aos seus valores e admiração aos seus milagres”.

Aqui, fica clara a importância da imagem na sociedade contemporânea, pois, deve-se ser devoto à imagem do santo, e não ao santo em si, como expressa o certificado. Se antes a imagem do santo era material, colocada nas igrejas, hoje o santo e sua imagem permanecem na virtualidade do ciberespaço.

Klein aponta que se antes romanos, gregos e egípcios erguiam esculturas e cultuavam seus deuses, nossos mitos modernos são construídos à sua semelhança. “A própria cultura de massas, do século XX, criou formas seculares de culto aos astros de cinema e

televisão, atletas e estrelas da música, dedicando um excessivo cuidado à apresentação de suas imagens para o público” (KLEIN, 2006, p. 49).

Por fim, a expressão máxima da interatividade advinda com a internet é demonstrada pelo ícone “Compartilhe”, em que o fiel é convidado a dividir o site por meio das redes sociais, como Twitter e Facebook (figura 8).



**Figura 8:** botões redirecionam o “fiel” para as redes sociais

Como dito anteriormente, se pela televisão era possível apenas admirar seu ídolo, pela internet é possível construí-lo, moldá-lo, interagir com outros internautas que compartilham a idolatria e construir uma “realidade” que no mundo concreto não seria possível.

#### **4. Considerações finais**

Desde o surgimento da escrita, as culturas que a adotaram se tornaram predominantemente visuais, o que favoreceu a posterior valorização das imagens. À época pré-tecnologias, as imagens tradicionais eram dotadas de magia e, comumente, eram produzidas para o culto religioso. Com o surgimento da fotografia e as subseqüentes mídias digitais, a imagem deixa de ter ligação com o real, passando a ser concebida de modo totalmente híbrido.

Entretanto, o homem – por mais lógico que tente se posicionar diante do mundo – não consegue dissipar totalmente sua cultura mitológica, anterior ao pensamento racional e dá vazão a isso por meio das novas imagens de culto, produzidas principalmente, no ciberespaço.

A figura do goleiro Marcos, do Palmeiras, foi utilizada para construir um culto virtual, em que conceitos e cânones tradicionais da Igreja Católica foram apropriados e reformulados. Construído pela televisão, o mito do “goleiro milagreiro” migrou de mídia, e hoje ganha homenagens na internet, campo onde emissor e receptor se fundem em um só internauta. A interatividade passa então, a dar os contornos da modalidade contemporânea de culto aos mitos.

## **5. Referências Bibliográficas**

ELIADE, Mircea. **Imagens e Símbolos** – Ensaio sobre o simbolismo mágico-religioso, Editora Martins Fontes, 1991.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado**. Editora Cosac & Naify, 2007.

KLEIN, Alberto. **Imagens de culto e imagens da mídia**: interferências midiáticas no cenário religioso. Editora Sulina, 2006.

MORIN, Edgar. **O método**, vol. 3 o conhecimento do conhecimento. Publicações Europa-América, 1992.

SAMAIN, Etienne. **O Fotográfico**. São Paulo, Ed. Senac, 2005.