

Folkcomunicação, ex-votos e sala de milagres do Santuário de Santa Terezinha do Menino Jesus em Mata Grande- AL, Brasil

Ariadiny Cerqueira Araújo¹

José Cláudio Alves de Oliveira²

Universidade Federal da Bahia, UFBA, Salvador-BA

Resumo: O objetivo deste artigo é discutir o mundo das “promessas”, analisadas a partir da incursão realizada à Mata Grande junto ao Projeto Ex-votos do México, no ano de 2015. Ficou evidente a partir das observações que, a singularidade comunicacional é pertinente à outros espaços com mesma temática, observados. A sala de milagres do Santuário de Santa Terezinha, assim como outras analisadas, possui aspectos únicos e riquíssimos, mesmo sendo singulares, para a realização de estudos nas mais diversas áreas de conhecimento, sejam sociais, linguísticos, artísticos, etc. A base teórica se constrói sobre os estudos acerca da metodologia da folkcomunicação apresentado por Marques de Melo (2008), que unido às resoluções apresentadas por outros pesquisadores da área dos ex-votos, se integralizam na análise de um ambiente rico em signos de uma cultura regional. Desse modo, a pesquisa é justificada pela importância do reconhecimento de uma identidade cultural construída a partir da comunicação de um povo através da fé. Alguns fragmentos do texto foram extraídos de artigo e comunicação apresentados no XIII Congresso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, ALAIC, no México, em 2016.

Palavras-chave: Salas de milagres; Folkcomunicação; Ex-votos; Tradição; Comunidade.

Abstract: The objective of this article is to discuss the world of “promises”, analyzed from the raid carried out at Mata Grande next to Ex-votos Mexico Project in 2015. It was clear from the observations that the communicational uniqueness is relevant to the other areas with the same theme, observed. The miracles room of the Sanctuary of Santa Terezinha, as well as other analyzed, has unique and very rich aspects, even though unique, for studies in various areas of knowledge, whether social, linguistic, artistic, etc .. The theoretical basis is built on studies of folk communication methodology presented by Marques de Melo (2008), which united the resolutions submitted by other researchers in the field of ex-votos, if fully pays the analysis of an environment rich in signs of a culture regional. Thus, the research is justified by the importance of the recognition of a cultural identity constructed from the communication of a people through faith. Some excerpts from the text have been extracted from an article and communication presented at the XIII Congress of the Latin American Association of Communication Researchers, ALAIC, Mexico, in 2016.

Keywords: Rooms of miracles; folk; communication; Ex-votos; Tradition; Community.

¹ Bacharel em Humanidade pela Universidade Federal da Bahia (UFBA), graduanda em Comunicação, Jornalismo na FACOM/UFBA.

² Doutor em Comunicação. Professor Assistente II da UFBA.

Introdução

A representação das tradições entre os grupos sociais é repassada por gerações através de costumes, defendidos e conservados por esses. Faz parte da construção da história dos povos esta conservação e transmissão de costumes e atitudes que se transformam em cultura. Tendo a religião como um meio de transmissão de tradições, informações, ideias e ideais, opiniões e atitudes, partiremos para o alvo do nosso estudo: o ex-voto – objeto utilizado pelo devoto ao pagar determinada promessa à divindade a quem fez o pedido – como mídia de expressão da religiosidade na comunicação popular. No que tange a essa comunicação, destacamos que

nos ex-votos permite-se entrever outra realidade: as moléstias são um modo simbólico de dizer como está a vida dos devotos, nos quais se observam a falta de saúde, emprego, moradia, inteireza etc. Entretanto, os fiéis sabem como transpor os percalços e re-criar suas vidas. Eles conhecem o trajeto a peregrinar e também o ente sagrado de quem poderão valer-se. (OLIVEIRA 2003, p. 104)

O devoto criou uma linguagem própria para estabelecer uma relação com Deus através do santo de sua devoção: a linguagem ex-votiva. A partir disso, surge a ideia do ex-voto como elemento folkcomunicacional, que permite a troca de informações dentro de duas esferas: entre o fiel e o Santo, através do elemento que simboliza a graça alcançada, e em um momento posterior, através da comunicação entre o objeto ex-votivo e demais indivíduos que possam ter acesso a ele – seja em um museu, um santuário, uma capela, uma igreja ou uma sala de milagres – através da leitura feita a partir de cada observador.

O segundo momento referido é de maior interesse ao presente estudo. Sob a perspectiva de pesquisadores como terceiros envolvidos no processo de folkcomunicação na sala de milagres, faremos uma análise apresentando as considerações relacionadas ao contexto socioeconômico, tipológico e iconográfico nas finalidades diversas de seus conteúdos, os ex-votos documentados durante incursão à cidade de Mata Grande, no Sertão de Alagoas, realizada em meados de janeiro do ano de 2015.

Em se tratando de um elemento de tamanha complexidade, são passíveis as inúmeras possíveis investigações, de acordo com as variáveis existentes no processo comunicacional, e, também no âmbito do tempo e do espaço, considerando que a prática do pagamento de promessas não é um costume iniciado nos dias atuais e não se detém a nenhuma região específica, pelo contrário, segundo Mota (1996, p. 5)

Sua prática é bastante antiga e sua história emerge da Antiguidade, quando, por exemplo, os guerreiros penduravam as armas após os combates e os doentes curados depositavam esculturas de pedaços do corpo, feitos de barro, nos templos de Delfos, na Grécia, de Diana, em Roma.

Trata-se de um elemento de maior complexidade ao olhar dos pesquisadores, que contém dois sentidos para interpretação, pois além de uma manifestação da fé por parte dos pagadores de promessas, cada ex-voto possui um significado singular e mensagem que relata fatos específicos da vida e dos acontecimentos que o levaram até o momento da desobriga.

A folkcomunicação a partir da ótica ex-votiva

Trazer uma fundamentação teórica para dar base ao ex-voto não é tarefa difícil, pois esse objeto reside em várias fontes científicas. Porém, cabe aqui citar alguns dos grandes pesquisadores dessa cultura popular, responsáveis pela base que os atuais pesquisadores têm sobre os ex-votos, e os campos teóricos que fortificam a presente proposta.

No Brasil, pesquisadores como Alceu Maynard Araújo, Clarival do Prado Valladares, Luís da Câmara Cascudo, Luís Beltrão, Luis Saia, Maria Augusta M. da Silva, Mário Barata e Oswald de Andrade Filho preconizaram os estudos sobre os ex-votos nos campos das artes, literatura, museologia e comunicação. Anita Brenner, Elin Luque Agraz, Jorge Gonzáles e Michele Beltran, no México, Sergio Barbieri, na Argentina, Agostinho Araújo, em Portugal, nos campos das artes, literatura, antropologia e história da arte, são os principais expoentes que edificam definições e estudos sobre os ex-votos.

É bem verdade que as pesquisas de Anita Brenner, Sayer e investigadores do porte de Mario Barata ocorreram entre as décadas de 1920 e 1940, podendo-se notar, portanto, um considerável espaço de tempo para o crescimento dos ritmos religioso, artístico, tecnológico e comunicacional neste assunto. Valladares, Beltrão e Silva, entre as décadas de 1960 e 1980, com maior contextualização, com teor que abarca a contemporaneidade. E ainda mais atualizados os trabalhos dos pesquisadores Elin Agraz, Jorge Gonzáles e Sergio Barbieri.

Das mensagens e informações contidas nos ex-votos, como os textos em bilhetes e cartas, é que se pode verificar questões como o da gramática, quando se percebe a linguagem, perfeita ou imperfeita, mas possível de compreensão; e questões que, difundidas nas salas de milagres, explicitam o universo do indivíduo e das questões sociais.

Ou nos casos ocultos das placas de carro, das carroças e casas em miniatura, dos miomas *in vitro*, das mechas de cabelo, em cujos conteúdos estão os significados mais íntimos e escondidos do poder comunicacional. Como também nas imagens e cartas que elucidam índices de violência, doenças, nível escolar e saúde, habitação, separação conjugal etc.

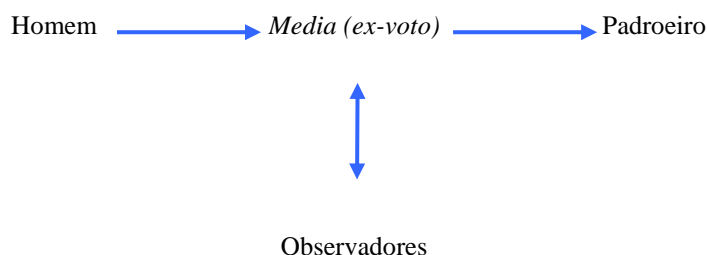
Já os objetos artísticos necessitam de estudos iconográficos e iconológicos para a compreensão do conteúdo social que o crente quer expressar, pois carecem de um esforço metodológico maior para a tradução das mensagens que o fiel objetiva difundir.

Por esses fatores o ex-voto adentra nos campos das teorias da comunicação e informação, por ser uma forte *media* que torna pública a voz do crente, trazendo mensagens e informações que retratam histórias de vida e memória social. Na rica tipologia das mensagens ocultas, em outros momentos facilitadas pelos bilhetes, cartas, inscrições ou na própria expressividade do objeto artístico, com os seus sinais e signos, sempre com um conteúdo marcado por sofrimento, alegria, amor, dor e conquistas explicitados em suportes diversos.

Tal espontaneidade popular foi defendida em 1967, quando o jornalista Luiz Beltrão apresentou a sua tese de doutorado na UNB, criando e fazendo nascer uma nova disciplina, a Folkcomunicação, ainda pouco conhecida pela maioria dos professores e acadêmicos, porém difundida em grupos de pesquisadores na América Latina e, através dos estudos culturais, em Portugal.

Para Beltrão (1971) a vinculação estreita entre folclore e comunicação popular trouxe o conceito *folkcomunicação*, “definido como o processo de intercâmbio de informações e manifestação de opiniões, ideias e atitudes da massa, através de agentes e meios ligados direta ou indiretamente ao folclore”. (p. 15)

Ou seja, o que se prevalece é a espontaneidade popular, individual ou coletiva, e aqui a questão do processo de comunicação em salas de milagres, mediado pelos ex-votos, quando se testemunha as conquistas através da promessa ao padroeiro. (V. esquema 1)



Esquema 1. Processo de comunicação numa sala de milagres

José Marques de Melo (2008) desenvolveu diversos estudos sobre a teoria da folkcomunicação, tendo como referência a tese de doutorado de Luiz Beltrão em 1967. Marco fundador da teoria Folkcomunicacional. Marques de Melo (Idem) descreve o fluxo folkcomunicacional estabelecido por Beltrão (1967) e apoiando-se neste conceito, desenvolve um estudo que contempla variáveis que o complementam.

Para Melo (Ibidem, p. 84-85), as “peças” são mensagens explícitas de maneira geral e os “conteúdos”, mensagens camufladas que estão contidas nos elementos, e que podem ser decodificadas. Primeiramente, podemos distinguir os agentes comunicacionais desse processo: os pagadores de promessas, que são os “comunicadores” e os “receptores”, os peregrinos, os curiosos ou mesmo os pesquisadores, qualquer um que faça uma leitura do ex-voto por meio da observação. Em segundo estão os “intermediadores”, artesãos que fazem parte da etapa de produção e confecção dos objetos e os comerciantes que as distribuem. Os “atravessadores” são determinados como os agentes que interferem na recepção das peças, geralmente funcionários ou voluntários nos santuários, que realizam a triagem antes e depois da exposição ao público.

As pinturas em telas, tábuas ou papel, são as primeiras formas ex-votivas tradicionais a serem analisadas por pesquisadores, por se tratar de uma rica *media* que se projeta como importante testemunho de seu tempo. Seu aspecto narrativo estimula o espectador a descobrir não só conotações religiosas subjetivas, mas também a realidade de um tempo e um espaço específico, seja no meio rural ou urbano, em qualquer tempo, desde que projetem os acontecimentos que serão os registros de uma memória social (LE GOFF, 1996)

O ex-voto pictórico, marco tradicional dos ex-votos a partir do Renascimento, hoje pouco trabalhado por “riscadores de milagres” no Brasil, largamente produzido no México, Portugal e Itália, traz em sua mensagem a escrita e a imagem encenativa, que conta uma história, e se mostra um forte veículo de emoções. O discurso que aparece nas tábuas e telas ex-votivas, ainda produzidas em Chalma, San Miguel del Milagro, Guadalupe (México) e Matosinhos (Brasil), dentro de seus elementos constitutivos, pertence ao alfabeto de uma escrita implícita, na qual a história narrada é a sintaxe.

Um quadro é uma imagem, mas não é apenas isto; ou antes, a imagem, nele, é intimamente “atravessada” por mil configurações que, ao mesmo tempo, nos levam muito longe dela e nos introduzem em seu núcleo; até certo ponto, o quadro não é outra coisa senão a leitura que dele se faz: narração, descrição, cenário. (METZ, 1974. p.15)

As convenções artísticas nas pinturas ex-votivas brotaram de um interesse e participação coletivos, por isso a linguagem do ex-voto, seja do século XIX ou do XX, é similar na Europa e na América, como bem observou Anita Brenner (1929) ao dizer que “tanta gente atarefada pintando coisas comuns a todos, acaba desenvolvendo uma linguagem”.

Na sua tradição, disseminada da Europa às Américas, o ex-voto usa uma dupla narração: imagética e verbal. Em geral, a imagem, ou imagens milagrosas, vem na parte superior, proporcionando o redimensionamento do espaço celeste. O texto, em verbete, aparece na parte inferior, na maioria dos exemplos, embora haja tipos em que a narrativa textual, já no século XX, é colocada na parte superior central ou em diagonal superior.

Outras características comunicacionais marcantes que sobressaem na maioria das tábuas e telas ex-votivas são a ortografia, a fonética e o uso de termos da linguagem coloquial que deixam em evidência o nível cultural do “pagador da promessa” ou até mesmo do “riscador de milagres”. As legendas são redigidas em geral na terceira pessoa, com sintaxes nem sempre claras, num vocabulário popular e sem ortografia apurada, mas é importante assinalar que tudo isso mostra a espontaneidade, e provoca a simpatia de quem contempla os ex-votos pictóricos. Além do mais, mostra que, no universo dos ex-votos, a gramática “errada”, com “grassa”, “caza”, “Deuz”, “tralmatismo”, “promença” etc, traz a compreensão da mensagem ao observador com probabilidade do entendimento da informação. (LUHMANN, 1992)

Os ex-votos possuem uma iconografia e simbologia próprias. A presença da divindade é um dos elementos definitivos do ex-voto, pois rompe com os fatos visíveis do mundo e “estabelece a realidade de todos os demais elementos integrados à pintura, proporcionando significação e movimento”. (PRAMPOLINI, apud AGRAZ, 1996, p. 58) Tudo (des) enquadrado com as mãos da cultura popular, do riscador de milagres ou “retablero” que também enaltecem substâncias particulares do tempo, como a moda, o mobiliário, enfermidades, acidentes, temas representativos da memória social e coletiva. (SCARANO, 2010)

O ex-voto – pictórico, fotográfico e escrito – transmite forte dramatismo e leva aos espectadores emoções e, conseqüentemente, impulsos a, possivelmente, participarem da narração intimista do sucesso. Como bem assinala Agraz (2004), ao demonstrar história de mulheres mexicanas extraídas a partir de pinturas ex-votivas. Fontes que demonstram a questão do gênero, pela autora marcada em assuntos como violência, machismo, trabalho e enfrentamento.

Outro caminho importante do estudo e análise do ex-voto é a iconografia, entendida como o estudo das formas, da volumetria, dimensão, história e tipologia dos objetos imagéticos e tridimensionais, cuja fonte teórica advém de Panofsky (1976), que concretiza também a noção de Iconologia, cujo campo específico de estudo está na interpretação dos valores simbólicos de uma composição, seja ela um quadro pictórico, uma fotografia, escultura, cadeira de rodas, por assim dizer.

O objeto da iconologia é representado por princípios que revelam a atitude fundamental de uma nação, de um período, uma classe, uma concepção religiosa ou filosófica, inconsciente ou conscientemente produzida. A Iconologia, ao contrário da iconografia, está preocupada com o conteúdo, a essência, a filosofia da imagem produzida. Para Panofsky (Idem), o iconológico é o sentido da essência da imagem. Compreendemos, então, que a interpretação iconológica vai além do estudo da forma e da descrição.

Outra base teórica encontra-se na Semiótica, que possui como campo específico de estudos os sistemas de sinais não linguísticos, sua natureza, estrutura e função, e como tal é um instrumento útil na análise de qualquer sistema de comunicação, aqui tratado diante do ex-voto, notadamente aos formatos não artísticos e aos que não possuem bilhetes, os que guardam algo mais oculto ao observador, a exemplo dos tradicionais *milagritos*

Para analisar um acervo ex-votivo, deve-se estudar os signos (variação de sinais) utilizados nas diferentes linguagens (artísticas, escritas, fotográficas), sua natureza específica e os códigos, regras que governam o seu comportamento e utilização. (VOVELLE, 1987) Tal forma investigativa se aflora a cada momento em que um tipo mais hermético é catalogado, como placas de automóveis, roupas, mechas de cabelo, aparelhos ortopédicos, computadores etc.

Como documento cultural, o ex-voto é uma mensagem codificada, desenhada e pintada, transmitida por pessoas que em sua maioria não dispunham de outros meios de expressão para testemunhar suas crenças, receios e esperanças. Confissão inconsciente ou extorquida mediante artifícios, o ex-voto revela os

elementos da psicologia do milagre e do sistema de atitudes diante do perigo da doença e da morte. (p. 113)

As salas de milagres e os museus apresentam um patrimônio importante, pois expõem registros de parte da religiosidade, que retrata a memória individual e coletiva de quem está de passagem pelos santuários, ou daqueles que se comprometem a estar sempre neles.

Deste modo, a decodificação dos signos para elucidar as mensagens será feita a partir da semântica, ramo da semiótica que estuda os significados, que decodifica uma mensagem a partir dos signos. (ECO, 1991) A partir da noção de Eco (Id) pode-se remeter ao ex-voto a questão sógnica e simbólica. Isso implica, inclusive, na perspectiva do objeto enquanto testemunho, pois a semiótica permite desvendar aspectos signológicos dos objetos que trazem indícios de fatos e acontecimentos, quando a narrativa não é textual. E quando textual, a fusão interdisciplinar com uma semiologia aplicada ao discurso do crente, seja nas cartas, seja nos providenciais verbetes (ou bilhetes) que traduzem as pinturas, fotos e escultura ex-votivas.

As unidades que a semiologia deve-se esforçar em destacar é para as quais se encaminha – mesmo se não foi a partir delas que a pesquisa começou –, são configurações estruturais, “formas” na acepção *hjelmsleviana* do termo (formas do conteúdo ou formas da expressão), sistema. São entidades puramente relacionais, campos de comutabilidade no interior dos quais diversas unidades adquirem sentido, umas em relação às outras. (METZ, 1974, p. 14)

A razão desse sentido, refletido no parágrafo acima, decorre da “tradição ex-votiva”. Assim, o ex-voto, seja na forma escrita, artística ou na infinidade tipológica de objetos possíveis de serem analisados e interpretados, são passíveis à percepção visual e tátil, proporcionando uma reserva para a decodificação-explicação da comunicação entre o crente e a divindade.

Sobre o momento imagético revelado pelos ex-votos, baseando-se em Metz (Id), sobretudo nas fotografias e nos tradicionais “retablos” (quadros pictóricos com legendas), há de se destacar cinco pontos importantes:

- 1) A mensagem visual pode não ser analógica, ao menos no sentido corrente do termo. Encontra-se aqui, por um lado, o problema das imagens ditas

- “não figurativas” e, por outro lado, o problema dos ícones lógicos de Peirce, ou mais exatamente daquelas que são visuais;
- 2)A analogia visual – e desta vez em sua compreensão corrente – admite variações que se poderiam chamar quantitativas. Trata-se, por exemplo, da noção dos diferentes “graus de iconicidade” em um autor como A. A. Moles (1969); é o problema da maior ou menor esquematização, da “estilização” em seus diversos níveis;
 - 3)A analogia visual admite variações qualitativas. A “semelhança” é apreciada diferentemente segundo as culturas. Numa mesma cultura há vários graus de semelhança: é sempre numa certa relação que dois objetos se assemelham. Assim, a própria semelhança é um sistema, ou melhor, um conjunto de sistemas; (MOLES, 1969)
 - 4)A mensagem visual [ex-votiva] pode apresentar em seu aspecto global um forte grau de iconicidade sem por isso deixar de incluir em si relações lógicas mais ou menos sistematizáveis (aquelas mesmas que, se são conservadas após neutralização de outros desvios diferenciais, permitem passar progressivamente do *analogon* mais fiel ao esquema mais abstrato). Estas relações não são icônicas se bem que apareçam no ícone; algumas delas são “arbitrárias”. Assim, a própria semelhança contém sistemas;
 - 5)Muitas mensagens ex-votivas, correntemente consideradas “visuais”, são na realidade textos mistos, e isso em sua própria materialidade: o caso das fotos e pinturas com legendas, e das esculturas com pequenos bilhetes anexos.

Por outro lado, cabe também indagar e colocar o problema da *práxis* da teoria. Umberto Eco (1977, p.24), afirma que a "semiótica não é somente uma teoria, deve ser também uma forma de práxis". Para Santaella (1992):

A semiótica está apta a desempenhar um papel fundamental no estudo dos meios de comunicação ou aquilo que preferimos aqui chamar de mídias. Isto porque a semiótica percebe os processos comunicativos das mídias também como atividades e processos culturais que criam seus próprios sistemas modelares secundários, gerando códigos específicos e signos de estatutos semióticos peculiares, além de produzirem efeitos de percepção, processos de recepção e comportamentos sociais que também lhes são próprios. (p. 13)

Santaella (Idem), não vê separação entre cultura e comunicação, já que há uma produção cultural de formas midiáticas que servem de veículos comunicacionais que tornam a comunicabilidade uma *práxis*. O que confirma as relações interpessoais, interculturais, portanto intercambiais formadoras de uma fusão natural e “inextricável” (sic) entre comunicação e cultura. (Id. p. 13)

Para Langer (1953), a produção simbólica é um caminho potente que gira em torno da semiologia. Por produção simbólica, entende-se a produtividade coletiva de cada sociedade como forma de construção e encaminhamento do seu *modus vivendi*.

Langer (Idem) parte do postulado de uma necessidade simbólica presente no homem, e diz que “a função de fazer símbolos é uma das atividades primárias do ser humano” (...), da mesma forma comer, olhar e mover-se de um lado para outro. “É o processo fundamental do pensamento, mas um ato essencial ao pensamento e anterior a ele”. (LANGER, Id., p. 51)

A referida autora trabalha com o duplo imaginário: o do pensamento (interior) e o prático-produzido (exterior). E com isso percebemos que, diante da simbolização, a arte carrega signos que são exatamente o significado do pensamento elevado pela (e na) sociedade, produto da exteriorização ideológica de um grupo, comunidade, país etc.

A produção simbólica abrange, ainda, a eleição de elementos, processos, formas, objetos preexistentes, tanto artificiais quanto naturais, para representação de ordens de realidade ou valores que, por um lado, são considerados transcendentais aos “suportes”, mas por outro, neles (quando assim recontextualizados) se consideram presentes e manifestos. Compreende também, é claro, a construção de objetos e a estruturação de esquemas ideológicos que visam muito além do campo da experiência, ou que simplesmente não lhe correspondem (crenças v.g.) – e engloba, inclusive, a definição de praxes e normas que têm semelhantes esquemas por fundamentar.

O objeto ex-votivo, isento de qualquer tipologia, se distingue do pedido ou da oração: é o testemunho de um milagre, um objeto (res)significado, que atesta uma graça alcançada e em um primeiro momento, estabelece a comunicação entre o fiel e o Santo(a) intercessor a Deus. Esses elementos têm a finalidade de pagamento de promessas. E no momento em que o devoto se encaminha até um santuário ou uma sala de milagres no intuito de realizar o pagamento de sua promessa de uma forma materialmente, ou seja, através de um ex-voto, ele está realizando a desobriga.

A “sala de ex-votos” ou “mostruário” ou de uma forma mais popular, nomeada Sala de Milagres, é o local onde as peças são organizadas, é o canal de comunicação. Os ex-votos provocam efeitos na sociedade, estes que são capazes de, sobretudo, identificar suas funções socioculturais e sua influência sustentadora e criadora de novos fluxos devocionais através da comunicação de retorno. Por fim, as “apropriações” do sistema folkcomunicação pelo sistema de comunicação de massa ou pelos circuitos de difusão da cultura erudita.

As tipologias mais comuns observadas na incursão à sala de milagres do santuário de Santa Terezinha, em Mata Grande, Alagoas, Brasil variam entre: partes do corpo humano, em sua grande maioria confeccionados madeira ou parafina; fotografias, quadros e porta-retratos; roupas, calçados e acessórios; cartas e bilhetes; mechas de cabelo; esculturas antropomorfas e zoomorfas; pinturas; milagritos (pingentes diversos, em metal); entre outras imensuráveis. E como aponta Luis Saia (apud Beltrão, 2004, p. 118-119).

A tradição ex-votiva remonta à mais afastada atividade devocional. Onde por vezes surgiu como troféu de guerra, deposto após vitória, no altar do deus protetor; troféu que tanto podia ser arma ou insígnia, como a cabeça do inimigo. Outra forma, e esta até hoje bem viva na tradição católica de qualquer parte do mundo, consiste em pagar uma promessa relativa a doença ou desastre com objetos que lembrem o pedido feito: muletas, representação da parte do doente, peças do vestimento etc.

Para se elaborar um inventário, deve realizar alguns procedimentos e empregar a tipologia proposta pelo modelo de Jorge Gonzalez (1981), que classifica os ex-votos em: figurativos (que expressam a graça alcançada); representativos (que expressam a graça alcançada metonimicamente, ou seja, figurando momentos como o trabalho, a formatura, o casamento, a operação etc.); discursivos (descritos através da escrita); midiáticos (veiculados a meios de comunicação); pictóricos (ilustrado através de imagens, sejam pinturas, desenhos ou símbolos).

Entretanto, os tópicos do roteiro investigativo não serão aplicados a este trabalho, visto que aqui não há intenção de formular nenhuma análise comparativa entre salas de milagres.

O Santuário de Santa Terezinha do Menino Jesus, em Mata Grande (AL)

Em janeiro de 2015, durante uma incursão realizada na cidade de Santa Brígida, região nordeste da Bahia, juntamente com o Grupo de Estudos sobre os Cibermuseus e o

Núcleo de Pesquisa dos Ex-votos do Brasil (GREC- NPE) da Universidade Federal da Bahia, foi mapeada uma cidade ainda não explorada pelos pesquisadores. O grupo foi informado que a aproximadamente 118 km de onde estavam, existia uma pequena cidade, com grande efervescência religiosa e possível local de milagres.

A pequena cidade denominada de Mata Grande, localizada a 286 km de Maceió, possui aproximadamente 25.000 habitantes, mas recebe todos os anos milhares de fiéis de todo o Brasil. A cidade também tem o título de “capital da fé”, perdendo apenas para Juazeiro do Norte, no Ceará, terra do padre Cícero, e Bom Jesus da Lapa, na Bahia. O maior santuário religioso de Alagoas vem recebendo todos os dias, desde sua fundação, caravanas de romeiros de todo Brasil para venerar a santa Teresinha do Menino Jesus.

Os romeiros são recepcionados pelo Padre Sizo. Esse sacerdote é um religioso que se mostra de notável admiração pelos fiéis. Segundo mediadores do santuário, o Padre é muito popular, respeitado e considerado por todos como o condutor da fé à santa. Seu carisma e sua pregação foram os motores para que a cidade se tornasse referência em fé e religiosidade, embora seja ele criticado pelo Vaticano.

A cidade possui uma Igreja matriz, localizada no centro, e o santuário, que se encontra em construção, localizado na parte mais alta da cidade, um projeto de quase 20 anos em execução pelo Padre Sizo. Da arquitetura, a parte interna foi a primeira a ser edificada e concluída, não havendo previsão de conclusão de todo o complexo religioso, porém, a fase concluída até o momento é motivo de admiração e contemplação dos fiéis e visitantes que se dirigem ao local.

Ainda, segundo informações fornecidas pelos mediadores e funcionários do local, o padre pretende construir, no alto de uma serra com vista para a cidade, uma estátua de Santa Terezinha do Menino Jesus, com 36 metros de altura, que será a maior já construída da santa no mundo.

A sala de milagres (Imagem 1) se encontra no subsolo da Igreja que ainda não foi inaugurada. Do lado de fora do santuário, há um pequeno saguão, onde as paredes são preenchidas com placas ex-votivas. Uma prática identificada como singular no nordeste brasileiro. A sala de milagres é de grande proporção, ampla, limpa, arejada e iluminada por luz natural e artificial.



Imagem 1.

Sala de milagres do Santuário de Santa Terezinha em Mata Grande, AL
Fonte: Projeto Ex-votos do Brasil (2015).

Os ex-votos estão expostos por toda a sala (Imagem 1), separados por classificação tipológica, fileiras de garrafas de cachaça, copos, cachimbos e carteiras de cigarro nos alertam para a nova formação social, que é marcada por vícios. A presença de objetos zoomorfos, incluindo a reprodução em tamanho real de um boi é um exemplo do que se pode chamar de tipologia determinada pelo meio geográfico, basta observar que a cidade está localizada no sertão de Alagoas. A mensagem subliminar fornecida pelos sertanejos concentra-se no apelo pela vida dos animais, para que esses sobrevivam à seca.

Conclusão

É notável o potencial informativo dos ex-votos. É evidente o poder simbólico que ele traz em sua forma, seja ela através de expressão artística ou não. No caso específico de Mata Grande, dois exemplos demonstram sua capacidade de expressar diferentes dimensões humanas que podem transpor sentimentos individuais ou coletivos e até questões estruturais do ambiente familiar ou social.

O primeiro são as representações zoomorfas. Simples, ou cópias mais precisas, como por exemplo o boi em tamanho real, elas são capazes de demonstrar que o sujeito vai além das suas próprias aflições: ele intercede pelos animais que, indefesos, acabam morrendo após os longos períodos de estiagem que castiga o sertão. Seu clamor ultrapassa os interesses econômicos, faz parte de um contexto sentimental que apenas pode ser sentido por aqueles que compõem aquele ambiente sociocultural.

Outro exemplo são os objetos utilizados para simbolizar a dependência química, encontrados em grande quantidade, sejam representados por remédios de tarja preta, por garrafas e copos de cachaça ou por cigarros e cachimbos. Dentro ou debaixo de algumas

garrafas e copos, dentro das caixas de remédios, carteiras de cigarro, ou anexados de alguma forma a alguns cachimbos, os pagadores depositam cartas ou bilhetes em que agradecem pelo afastamento dos vícios. Pela quantidade, se torna evidente que questões relacionadas a problemas pessoais acabam tomando maiores proporções, seja por conflitos familiares ou no ambiente da comunidade, fazendo com que a família precisa interceder pelo toxicômano.

A sala de milagres do santuário de Santa Terezinha do Menino Jesus é um exemplo concreto das variáveis contempladas por Marques de Melo (2008). É possível perceber todas: peças (ex-votos), conteúdos (mensagens camufladas em cada peça), comunicadores (pagadores de promessas), receptores (visitantes das salas), intermediadores (artesãos e comerciantes que produzem e distribuem as peças), atravessadores (recepcionistas, responsáveis pela triagem e organização da sala), mostruário (sala de milagres, meio de comunicação), efeitos (características socioculturais e influências retroalimentadoras da força exercida pelo ciclo devocional) e apropriações (adequação da cultura erudita pelos sistemas de comunicação).

Para Oliveira (2009, p.31) “todos os ex-votos da sala de milagre são documentos.” Nela podemos encontrar documentos da vida de pessoas das mais distintas classes sociais ou econômicas: sertanejos, trabalhadores, desempregados, turistas, estudantes, ricos e pobres. “Refletem a crença, a fé e as atitudes do homem da vida, da doença, da morte, da ambição, da festa, de variados valores sociais políticos e econômicos”. (Idem)

Ao manter a tradição, acabam por realizar a comunicação de retorno, já apresentada, em que “as pessoas se espelham no costume de ir a um ambiente do povo rezar e fazer a desobriga” (Ibidem). Sem perceber, são comunicadores, e com isso alimentam um ciclo religioso que dá suporte e fortalece a comunicação por meio do fluxo devocional.

REFERÊNCIAS

AGRAZ, Elin Luque and BELTRAN, Michele. **Dones y Promesas: Exvotos Mexicanos.** Mexico: Fundación Televisa, A.C. 1996

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: teoria e metodologia.** São Bernardo do Campo: UESP, 2004, p. 118-119.

BRENNER, Anita. **Idols behind Altars: Modern Mexican cultural art and its cultural roots.** New York: Payson and Clark, 1929

ECO, Umberto. **O Signo**. Lisboa: Progresso, 1977.

_____. **Estrutura ausente – introdução à pesquisa semiológica**. 3 ed. São Paulo: Perspectiva, 1991

GONZALEZ, J. Exvotos y retablitos: comunicación y religión em México. In: GONZALEZ, J. **Cultura (s)**. Colima: Universidad de Colima, p. 9-100.

LANGER, Susanne K. **Feeling and form: A theory of art**. New York: Charles Scribner's sons, 1953

LE GOFF, Jacques. **História e memória**. Tradução de Bernardo Leitão et al. 4 ed. Campinas: UNICAMP, 1996

MARQUES DE MELO, José. **Mídia e Cultura Popular: História, Taxionomia e Metodologia da Folkcomunicação**. São Paulo: Paulus, 2008

METZ, Christian. **A análise das imagens**. Tradução de Luis Costa Lima e Priscila Viana de Siqueira. Petrópolis: Vozes, 1974

MOLES, Abraham. **Teoria da informação e percepção estética**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1969

MOTA, P. (1996) “Estresse lota de ‘cabeças’ sala de fiéis”, **Folha de São Paulo**, p. 5, disponível para assinantes em: <www1.folha.uol.com.br/fsp/1996/7/14/cotidiano/11.html> Acesso em 22 de dezembro de 2016

OLIVEIRA, José Cláudio Alves de. “Forma e conteúdo”. In: **Revista de História da Biblioteca Nacional**. Ano 4, nº 41, fev. 2009, p. 30-31.

OLIVEIRA, Marcelo João Soares de. O Símbolo e o Ex-voto em Canindé. In: **Revista de Estudos da Religião**, v. 03, p. 99-107, 2003.

PANOFSKY, Erwin. **O significado nas artes visuais**. São Paulo: Perspectiva, 1976. 444 p. Il.

SAIA, Luis. **Escultura Popular Brasileira**, São Paulo: Gazeta, 1944

SANTAELLA, Lúcia. **Cultura das mídias**. São Paulo: Razão Social, 1992. 137 p.

SCARANO, Julita. **Fé e milagre: ex-votos pintados em madeiras: século XVIII E XIX**. São Paulo: EDUSP, 2010.

VOVELLE, Michel. **Ideologia e mentalidade**. São Paulo: Brasiliense, 1987