

O EX-VOTO E O PROCESSO FOLKCOMUNICACIONAL

José Cláudio Alves de Oliveira

Rahíssa de Azevedo Gomes

O EX-VOTO

O significado mais comum de ex-voto pode ser encontrado no dicionário italiano de F. Pallazzi (1974): “objeto oferecido a Deus, à Virgem, a um santo para agradecer uma graça recebida”. Essa expressão latina indica no “voto” a origem do presente: é uma resposta – por – a um favor recebido. O mesmo conceito está expresso, resumidamente, na sigla latina, muitas vezes anexada ao objeto VFGA (*Votum Fecit, Gratiam Accepit: Vote Done, Grace Had*), ou na italiana PGR (Por Graça Recebida). O objeto, que pode também ser um gesto ou um compromisso moral, torna-se testemunho de uma fidelidade mútua entre Deus, o Santo e a criatura beneficiada.

Análises socioantropológicas, culturais, artísticas – cada uma com sua competência utilizaram métodos de leitura

e concluíram que fazer um voto é um gesto eminentemente religioso, está ligado à concepção do homem, à sua relação com a divindade, especialmente em casos de necessidade. Certamente, não podemos ignorar o valor social e cultural desse gesto, mas ele permanece fundamentalmente religioso e responde, na avaliação de estudiosos, a critérios muito específicos. Portanto, falamos de uma teologia do ex-voto (Pallazi, 1974).

O mesmo dicionário apresenta quatro dimensões ou pontos característicos implícitos à distinção entre “voto” e “ex-voto”:

- a. o ex-voto é um “memorial”: lembra ao homem que Deus é o senhor da história. (PALLAZI, 1974, p. 28);
- b. o ex-voto refere-se à oração: o homem pede orando;
- c. o ex-voto reconhece o milagre subjetivamente, o homem necessitado julga a intervenção de Deus “extraordinária”, milagrosa (Pallazi, 1974, p. 28);

- d. O ex-voto é um gesto de gratidão. O homem se vê como destinatário da bondade divina e deseja agradecer a Deus, exercendo, assim, a “virtude da religião”. Mas o ex-voto é sempre uma expressão de pura religiosidade, inclusive quando expressa uma devoção ordenada a Nossa Senhora (Pallazi, 1974, p. 29).

Uma breve análise dos códigos religiosos e pictóricos da tradição votiva é indispensável para compreender o caráter inovador e transgressor dos atuais ex-votos. Será breve a análise dos códigos, porque não é este o objetivo principal do nosso livro. Procuramos, aqui, nos deter na origem do ex-voto e na evolução tipológica que ele teve e tem, com inovações que alcançam o ciberespaço e até o comércio, o que ocorre quando o ex-voto tradicional é vendido.

A origem do ex-voto pictórico encontra-se na Europa. Surgiu no início do século XV, na Itália, provavelmente para temperar o luxo dos objetos votivos da Idade Média, e passou a existir na França, Espanha e Portugal, até chegar ao México no século XVI. Anterior ao século XV, o ex-voto era marcadamente escultórico (Graziano, 2006).

Avançando para acepções mais contextualizadas, a expressão ex-voto é muito mais antiga. Vem do latim, da seguinte variação linguística: *exvoto suscepto*, que se traduz como “em consequência de um voto pelo qual um devoto se comprometeu” ou “devido a um voto feito” ou da frase latina *Votum Fecit Gratiam Accepit*, ou seja: “fez um voto e obteve uma graça” (Boullet, 1978, p. 13).

Para Brenner (1929) e Vaillat (1932), já na Era Neolítica, encontram-se vestígios de fragmentos de pedras propositalmente quebradas para fins votivos (Vaillat, 1932, p. 97-98) e reproduções de navios de ouro da Idade do Bronze. Entretanto, é durante a Antiguidade Grega, no período arcaico, que a palavra *exvoto* aparecerá gravada no objeto oferecido. O objeto votivo se manifesta em todos os países que fazem fronteira diretamente com a bacia do Mediterrâneo, mas também em regiões mais remotas por meio de trocas comerciais. Assim, prospecções arqueológicas encontraram ex-votos anatômicos entre as civilizações etrusca, grega e celta e ex-votos em forma de orar em Cartago (Ferron; Aubert, 1974).

O ex-voto é, juntamente com os instrumentos de adoração, o elemento material da religião que torna tangíveis os laços invisíveis que se estabelecem entre o divino e o humano. Também permite contextualizar um pensamento, um gesto, um evento pessoal por intermédio de um objeto que é escolhido pela intimidade que evoca em relação à divindade. O ex-voto corresponde a um momento preciso do ritual religioso, da mesma forma que a oração é outro marcador que define o ritmo dos atos litúrgicos: a diferença é que o ex-voto representa a materialização de uma fé, um sentimento, uma esperança, que a oração se limita a verbalizar.

Não há civilização que não tenha estabelecido esse costume de ofertar algo a uma divindade como sinal de gratidão. O fenômeno do ex-voto transcende, de fato, todas as épocas e civilizações, lugares e povos e torna-se um elemento de união em torno da piedade popular. Ele indica até que ponto o homem se volta para a fé para garantir

sua sobrevivência, seus sucessos, sua proteção. Das mãos de terracota do paganismo grego antigo, das pernas de parafina dedicadas a Nosso Senhor de Bomfim, em Salvador, na Bahia, aos *retablos* mexicanos, que retratam a epifania salvífica divina, os laços estabelecidos entre culturas, às vezes geográfica ou cronologicamente distantes, são mais fortes do que poderíamos imaginar.

O ex-voto é um elemento concreto da religião, que se expressa “vendo”, “fazendo” e “tocando”. Assim, embora a religião, antiga ou moderna, seja “espiritual”, é também por força conformada por uma materialidade, que se manifesta por meio de objetos dedicados às divindades no âmbito do ritual.

Contudo, podemos argumentar contra a tese da suposta globalidade do elemento material, alegando que algumas religiões monoteístas, como a católica e, principalmente, aquelas criadas a partir da Reforma Protestante, rechaçam veementemente certas formas de veneração a objetos sagrados, estabelecendo mais profundamente a oposição entre a dimensão sagrada e a natureza material do mundo, do que as religiões politeístas, como as africanas, para as quais os elementos materiais, que se manifestam em forma de totens, fetiches, amuletos ou relíquias, são meios indispensáveis para se relacionar com o transcendente. Essa diversidade de formas indica que não há uniformidade em relação à materialidade, que se manifesta também nos ex-votos.

Vale salientar, apesar disso, que, mesmo no cristianismo, existe ambivalência de comportamento quando se trata de objetos: por um lado, a idolatria é condenada, mas, desde a Idade Média e do segundo Concílio de Nicéia (325 d.C.), a difusão artística de imagens sagradas é favorecida, e devotos são encorajados a venerá-las não como imagens, mas como representação da força divina. No entanto, no presente momento, no México ou no Vaticano, é difícil separar o que parece ser a adoração de uma representação da veneração a um santo, uma vez que a convicção permanece em um poder milagroso, associado a imagens ou objetos.

Um exemplo disso é o que aconteceu no ano de 2007, em uma casa, em Nuevo Laredo, México, onde uma estátua da Virgem de Guadalupe chorando lágrimas de sangue desde o dia da Quaresma atraiu centenas de pessoas convencidas de seu poder divino. Esse exemplo é também um indicio da forte relação dos mexicanos e, mais globalmente, do povo da América Latina com a Virgem de Guadalupe. Trata-se de um importante fenômeno cultural, que, embora não seja o tema central deste texto, irá, como veremos, atravessá-lo, uma vez que muitos dos ex-votos estudados foram ofertados à Nossa Senhora de Guadalupe. Além disso, essa relação entre a Virgem e a imagem de Nossa Senhora de Guadalupe (e também o que ocorre no Brasil com a imagem de Nossa Senhora de Aparecida) é exemplo dessa relação intrínseca que se estabelece entre as imagens e os santos e, portanto, reforça o argumento de que é muito difícil separar a veneração a um santo de sua representação material.

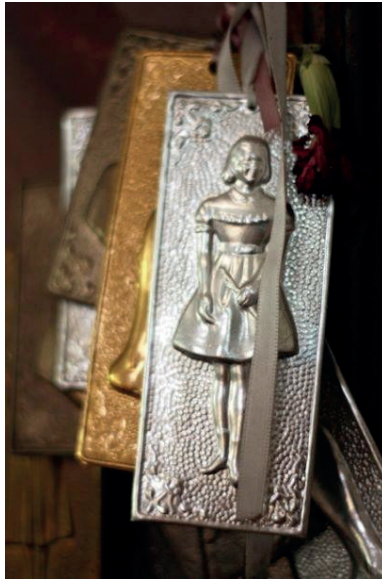
Ainda a esse respeito, vale lembrar que, em 1556, o padre Francisco de Busta havia pedido aos mexicanos que parassem de venerar a imagem de Nossa Senhora de Guadalupe, porquanto a representação havia sido confundida com a própria Virgem. Ademais, quando o Papa Pio XII decretou, em 1946, que a Virgem de Guadalupe era a santa padroeira das Américas, ele não fez nada além de ratificar o amálgama entre o que era originalmente apenas uma imagem encontrada e a mãe de Cristo (Luque Agraz; Beltran, 1996).

De forma mais ou menos aceita, o ex-voto faz parte da vivência religiosa há muito tempo. Luís Erlin Gordo (2014), por exemplo, destaca a existência de registros anteriores ao período arcaico da Grécia, e indica a possibilidade de objetos considerados mágicos e de ofertas a deuses ainda no período neolítico. Mas foi a religião politeísta grega antiga que fez de objetos um elemento fundamental do mundo sagrado, de cuja sacralidade o ex-voto faz parte. Grandes categorias de ex-votos da América Latina apresentam semelhanças surpreendentes com as “ofertas votivas” da Grécia antiga. Sabemos que os ex-votos do México e de grande parte da América Latina mantêm relações muito fortes com as tradições populares do Mediterrâneo, desde o período helenístico, e após o declínio romano, importadas por portugueses e espanhóis, que não fizeram nada além de garantir a transmissão de rituais votivos e ex-votivos mais antigos, já testemunhados na região do Peloponeso.

Dedicados principalmente aos deuses curativos, especialmente a Esculápio, os ex-votos gregos existiam de duas formas, ambas encontradas, atualmente, no México: a primeira, nas tábuas pintadas de argila, onde se achavam o paciente e a história de sua cura por intervenção divina durante a incubação ou sonho terapêutico. Ao acordar, o paciente, curado, sai e pendura, nas árvores do santuário ou nas paredes do templo, as tábuas com a inscrição do agradecimento. As tábuas votivas, chamadas *retablos* no México e *dipinti* na Itália, que surgiram na Idade Média, são descendentes diretas desses *pinakes* e reproduzem esquemas narrativos idênticos (González, 1986).

A segunda forma de ex-voto antigo é, talvez, o exemplo que ilustra de modo mais claro esse caráter contínuo de dedicação. Em um contexto igualmente curativo, era costume oferecer à divindade uma representação em terracota da parte do corpo que havia sido curada. Um grande número dessa categoria foi encontrado no Santuário de Esculápio, em Corinto, onde os pacientes ofereciam orelhas, braços, pernas, peles, seios e cabeças. Na Grécia contemporânea, esse fenômeno continua com a oferta de ex-votos em forma de lamelas metálicas, onde os órgãos dos doentes e depois curados são representados. Essas *tamatas*, como são chamadas em grego, são penduradas em torno dos ícones da Virgem ou do santo da igreja (Figura 1). Eles também podem ser vistos em outros lugares da bacia mediterrânea de cultura católica, como na Itália, onde as mesmas placas metálicas, com variações estilísticas nos modelos, são penduradas nas igrejas. A prática ritual desses milagres na América Latina tem, portanto, suas raízes nesse antigo e moderno rito mediterrâneo. Oferecia-se também uma pedra com uma inscrição para agradecer o alívio da dor.

Figura 1: Tamata encontrado na Flórida, EUA



Fonte: Foto do autor.

As denominações e as formas também variam: o *donum latino*, a *tamata* grega ou as histórias de curas milagrosas usadas como agradecimento a Esculápio, em Epidauro, ou os milagres mexicanos ou *milagritos*, dispostos nos santuários católicos das Américas. Seja qual for a denominação ou a forma – se é pintura a óleo em madeira, pintura em tela, se é esculpido em prata ou terracota –, a oferta desses objetos ex-votivos é símbolo do reconhecimento da divindade por um indivíduo, um ato público de fé em gratidão a um desejo privado realizado.

A divindade beneficiária exclusiva desses ex-votos também assume várias formas, por vezes na mesma religião. Assim, no Mediterrâneo ou na América do Sul, as variações vão depender de a quem eles são dirigidos, se a um santo católico, se a uma divindade curativa beatificada pela população por causa dos múltiplos milagres. Há, às vezes, uma superposição cultural de um rito comum em relação às divindades “oficiais”, como os santos recém- beatificados, mas uma divergência nas oferendas de acordo com as classes sociais, os milagres realizados pela divindade e, acima de tudo, a propensão mágica que alguns dons poderiam implicar. Nesse sentido, a relação entre as práticas ex-votivas da Antiguidade e as contemporâneas obedece às diferenças de contextos culturais e sociais de cada época.

É, portanto, nesse ponto que a teoria de Mauss pode ser refinada graças ao nosso conhecimento atual. Mauss (2008), em seu famoso **Ensaio sobre a dádiva**, considera a oferta um fenômeno universal, que se desenvolve de forma linear, preservando uma natureza semelhante, independentemente das diferentes culturas e eventos históricos.

Estudos atuais de religião comparada, no entanto, rompem com essa concepção “estática”, invariável e “a- histórica” de oferenda e defendem que não se pode mais estudar o ex-voto síncrona e niveladamente, sem colocá-lo em perspectiva na cadeia de elementos que pertencem à história e à sociedade. Por outro lado, a teoria de Mauss (2008) enfatiza a reciprocidade, o que é mais evidente quando estamos lidando com uma “oferta” de “graça”, ou seja, o convencional “ex- voto”, mas, menos ainda, no caso de oferendas propiciatórias¹.

Assim, os inventários sagrados do Santuário de Apolo, situado na Ilha de Delos, na Grécia antiga, transmitiram a dedicação de um colar da rainha Estratonice à deusa Leto por ocasião do casamento de sua filha Estratonice com Demétrio II, em 253 a.C. A vontade propiciatória é clara: ao oferecer esse presente, Estratonice espera que o casamento seja celebrado sob os melhores auspícios; mas a contraparte da deusa obviamente não está garantida. Não encontramos aqui, portanto, exatamente um caso sistemático de fazer uma oferta e receber um presente segundo o sistema estabelecido por Mauss (2008).

FUNÇÃO E ESTRUTURA DO EX-VOTO

O ex-voto existe por múltiplas razões, mas, acima de tudo, para cumprir uma promessa feita à divindade, ao padroeiro, e constitui prova de que a palavra foi mantida. As tábuas votivas da Grécia antiga, os *milagritos* mexicanos ou os *dipinti* italianos representam essa ideia de “prova”. A oferta é, portanto, uma espécie de “recebimento” implícito: a dívida com a divindade deve ser quitada, e o ex-voto é a prova dessa quitação, mesmo que a divindade tenha se “esquecido” da dívida ou do pagamento (Volpe, 1983).

No termo recompensa, frequentemente usado quando a promessa é feita, existe a ideia subjacente de compensação. Na Itália, no Santuário da Virgem de Pompeia, construído em 1876, muitas oferendas estão acompanhadas pelas fórmulas “*intestato*”, “*per attestazione*”, que confirmam o dever cumprido (Volpe, 1983).

Os primeiros ex-votos, para além da Grécia antiga, começaram a ser levados para Pompeia quando o santuário ainda estava em construção. No início, a tradição adotou os modelos mais usuais do grande itinerário de devoção, incluindo a Campânia. Também nessa tradição os ex-votos visuais eram preparados como testemunhos e documentos da graça. O propósito de sua produção, como objeto ou pintura, era a postagem e, portanto, a visibilidade perpétua no círculo do lugar sagrado, o adensamento de uma história sagrada, a ênfase a um contato incrível, a interação *ad infinitum* do ícone salvador e talvez a exorcização do retorno da doença ou do acidente. Quase quarenta anos após a sua fundação, perto das marcantes transformações culturais em torno dos anos da Primeira Guerra, os ex-votos do Santuário de Nossa Senhora do Rosário já estavam visivelmente preparados com os materiais e as linguagens da sociedade industrial (Volpe, 1983).

¹ Oferendas propiciatórias são aquelas que têm a função de desencadear ações das divindades e das forças da natureza, que retribuirão ao devoto o que lhe fora tirado pelo que se compreenderia por forças negativas ou perdas materiais em algum estágio da vida.

Imagens pintadas são os formatos mais utilizados no estudo da tradição ex-votiva por historiadores do campo social e das artes, pois elas permitem detectar hábitos e costumes, roupas e linguagem, formas de percepção e atendimento do sagrado. No entanto, os dados que os ex-votos pictóricos podem oferecer são parciais, quando não são examinados no esboço geral de uma tradição e de seus diversos canais, temas, locais e tempo cronológico.

No final do século XIX, era possível encontrar pinturas devocionais trabalhadas em toupeiras, inclusive napolitanas. Em muitos casos, é evidente o recurso a pintores, que ocasionalmente pintavam ex-votos, ou a amadores. Os produtos da oficina são reconhecíveis pelo uso de módulos centenários reembalados com os caminhos do gosto pictórico vigente. Essa forma de ex-voto, que se materializa por meio de um quadro pintado, passou a ser adotada com frequência a partir do século XIX em razão, principalmente, de cinco motivos:

- a. Trata-se de um evento da visão análogo ao do ícone da Madonna – que, muitas vezes, se encontra reproduzido em outros quadros;
- b. Tem a forma de uma história visual e é, portanto, imediatamente popular e, como tal, torna visível a cena do prodígio;
- c. Possui um valor acentuado de testemunho;
- d. É um dos modelos mais bem preservados, ao contrário daqueles que estão na natureza em materiais preciosos ou em tecidos;
- e. E, por fim, circula amplamente no novo imaginário do industrialismo.

Por outro lado, o quadro pintado é exatamente o tipo que, em uma tradição ex-votiva contemporânea, rapidamente começou a se deteriorar em benefício de outros modelos.

O esquema básico da pintura inclui um campo dividido em quatro quadrantes:

- a. o evento durante o qual o perdão foi pedido;
- b. o ícone da santa ou do santo;
- c. a figura do devoto;
- d. a inscrição, por meio da qual os detalhes do evento são esclarecidos ou simplesmente a leitura da representação pictórica, que é orientada com fórmulas de agradecimento (Figura 2 e sequência iconográfica de 1 a 6)².

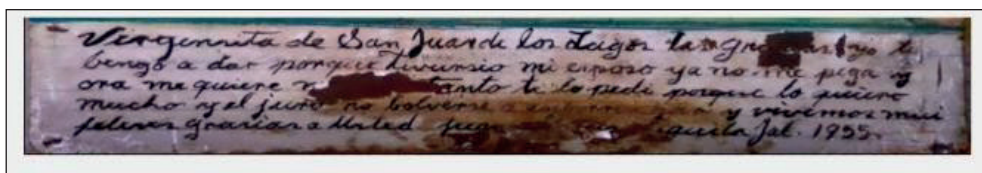
² Este estudo iconográfico foi desenvolvido pela pesquisadora do PIBIC, Fernanda Mascarenhas, e publicado em OLIVEIRA, José Cláudio Alves de; MASCARENHAS, Fernanda Assunção Camelier; MIRANDA, Sasha Morbeck. Retablos ex-votivos como suporte de denúncia da violência contra a mulher. Pragmatizes: Revista Latino-Americana de estudos em cultura, Niterói, n. 24, p. 53-74, mar. 2023.

Figura 2: Ex-voto pictórico mexicano

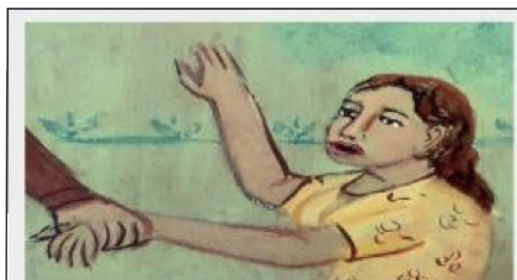


Descrição geral:

Placa ex-votiva pintada, representando uma cena de violência doméstica entre marido e mulher, no cômodo de uma residência. O piso é em lajota, e a parede ao fundo, pintada em azul, comporta uma faixa decorativa.



1. Parte inferior – placa com inscrição em espanhol agradecendo a Nossa Senhora dos Lagos o fato de o esposo ter cessado a violência e por terem vivido felizes desde então. Data de 1955. Existem trechos da inscrição que são ilegíveis em razão do desgaste da tinta, deixando aparecer a madeira onde fora pintada a cena.



2. A mulher ajoelhada, usando um vestido longo amarelo de estampa vermelha, delicada, de mangas curtas, sapatos pretos, cabelos longos, castanhos, apresenta feição assustada e de súplica. O braço direito parcialmente estendido para cima representa um sinal de pedido de clemência, enquanto o braço esquerdo totalmente estendido na posição horizontal está preso na região do pulso pela mão esquerda do agressor.



3. O homem encontra-se de pé em posição ameaçadora em relação à mulher. Seu braço direito está levantado, segurando um cinto preto de fivela prateada, em clara intenção de violência. O braço esquerdo está estendido, com a mão segurando o pulso esquerdo da mulher. O homem usa uma calça preta, camisa branca de gola, sobreposta por um casaco marrom. Calça sapatos marrons e usa um sombrero marrom. Suas feições são severas, a boca entreaberta como se estivesse gritando. Cabelos e bigode pretos.



4. Garrafa vazia de cor azul com rótulo amarelo, (indicativo de bebida alcoólica) localizada no chão, atrás da figura masculina.



5. Afixado na parede por um prego, quadro com retrato do casal. A moldura do quadro é preta, e a foto em preto e branco.



6. Pintada na parede, a imagem de Nossa Senhora de San Juan de los Lagos. A Santa está vestida com uma túnica branca com detalhes vermelhos, sobreposta por um manto azul com estrelas amarelas. Contornando todo o manto existe uma faixa amarela delimitada por um friso vermelho. À frente do manto, há uma meia-lua crescente. Suas mãos estão unidas na altura do tórax. Cabelos longos cacheados, com uma coroa azul e amarela, com uma cruz no topo. Acima da coroa, podemos ver uma faixa emblemática amarela com detalhe vermelho na borda inferior.

Fonte: Foto do autor.

A inscrição e o ícone de Nossa Senhora são as seções mais presentes na pintura e comportam muitas variações, desde a fórmula de agradecimento, a transcrição detalhada do acontecimento, até a inserção de orações ou de cartas escritas. O reconhecimento do devoto é resolvido pela codificação de tipos humanos, que podem ser representados com um microtipo de fisionomias. Esse esquema já estava em transformação quando os primeiros ex-votos começaram a ser criados na cidade de Pompeia. Era um modelo de visão que previa uma posição espelhada do devoto e do ícone no campo da pintura e na circunstância em que a graça fora solicitada ou obtida (Volpe, 1983).

Além dessa função de “recebimento”, o ex-voto também serve como expressão de gratidão. As frases de ação de graças são recorrentes: “*euxaristerion*”³ em grego antigo, as letras *VSLM*, que servem como abreviação para a fórmula latina *Votum Solvit Libens Merito*⁴, “cumpriu sua promessa de boa vontade”, o italiano contemporâneo “*Per Grazie Ricevuta*”, “*in ringraziamento*”⁵, “como prova de gratidão”. Também há muitas variações para o termo “*obrigado*”.

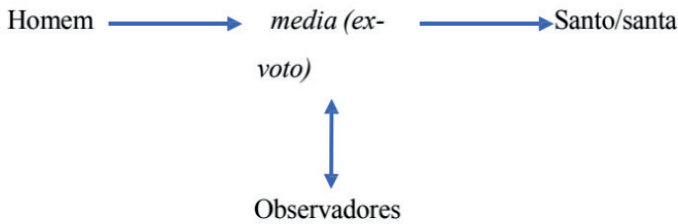
A oferta ex-votiva é, portanto, ao mesmo tempo, a dívida, o reconhecimento e a exposição pública da dívida. O texto, que, às vezes, apresenta as circunstâncias da oferenda, funciona como um notório testemunho, tanto da piedade do doador, quanto da propaganda religiosa da divindade. Esse processo de comunicação envolve a espontaneidade popular, individual ou coletiva, exposta nas salas de milagres, mediada pelos ex-votos, que testemunham as conquistas por meio das graças recebidas do padroeiro (Esquema 1):

3 “Ação de graças”. Dicionário italiano-português. Disponível em: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/italiano-portugues>. Acesso em: 4 janeiro de 2024.

4 “Nós juramos, de boa vontade”. Dicionário italiano-português. Disponível em: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/italiano-portugues>. Acesso em: 4 janeiro de 2024.

5 “Obrigado”. Dicionário italiano-português. Disponível em: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/italiano-portugues>.

Esquema 1: Processo de comunicação numa sala de milagres



Podemos falar, portanto, de reciprocidade apenas em caso de promessa de dom e realização do desejo: um dom em troca de uma graça. Há também a possibilidade, na Grécia contemporânea ou na Itália, de se desvencilhar do juramento se o pedido não tiver sido atendido. No México e no Brasil, alguns santos que não cumprem os pedidos recebem punições: sua imagem é colocada em frente ao muro, temporariamente removida de seu lugar enquanto se espera o cumprimento para reposicioná-la, ou, como ocorre no caso de Santo Antônio, é colocada de cabeça para baixo. Da mesma forma, quem não paga sua dívida por um pedido cumprido corre o risco de atrair a ira divina, como na narração de uma cura milagrosa por Esculápio no século IV a.C. Como o indivíduo não tinha pagado a dívida das taxas médicas, Deus o fez cego novamente. Quando recordou de sua promessa e pagou a dívida, após ter dormido novamente (no santuário), ele recuperou a saúde. Um altar mexicano do século XIX conta que um homem curado demorou tanto para fazer a sua desobriga que foi punido com uma série de acidentes; somente depois de um ano e meio, ele entregou o presente prometido (Prêtre, 2014). Nesse caso, o santo assemelha-se tanto aos deuses gregos, que têm atitude humanas, como a vingança, quanto às divindades das religiões de matriz africana, que também “cobram” as dívidas que os humanos têm para com elas. Quanto à punição, indicamos dois interessantes exemplos surgidos no berço popular: São Benedito, que traz um processo de sofrimento e sacrifícios até atingir a “cura”; e Santo Antônio, possivelmente um dos mais populares santos ibéricos, tem a sua imagem escultórica “punida” quando o casamento de quem fez o voto a este santo tarda a acontecer. A punição a Santo Antônio consiste em colocá-lo de ponta-cabeça, até que o “pedido” se realize.

As circunstâncias em que o ex-voto é “depositado” são várias, de modo que não podemos falar de uma comunidade ritual “síncrona” nessa prática votiva. A diversidade em circunstâncias históricas e culturais desempenha necessariamente um papel importante no cumprimento das dedicatórias. É nesse ponto que os estudos de P. Veyne, que enfatizam o contexto, diferem do texto de Mauss, que tende a se concentrar nas semelhanças dos ex-votos em diferentes épocas e civilizações (Veyne, 2008).

O caso do Santuário da Vergine de Pompeia, na Itália, é um exemplo que foge à norma das práticas ex-votivas na Itália, muitas vezes baseada em antigos ritos pagãos.

Acesso em: 4 janeiro de 2024.

A tradição de Pompeia nasceu *ex nihilo*⁶ e não se baseia em nenhum culto antigo; ela vem da combinação de diferentes ritos de grupos urbanos associados à industrialização e a pequenos grupos burgueses que trouxeram consigo diferentes referências culturais. Nos primeiros anos da criação do culto no Santuário de Pompeia (construído em 1874), as formas votivas utilizadas pelos devotos eram simples e sem solenidade: *dipinti*, representando a circunstância em que a Mãe havia sido invocada, pequenos objetos da vida cotidiana, roupas e mechas de cabelo. Esses ex-votos eram acompanhados por uma espécie de leitura pública, graças, primeiro, a uma proclamação em voz alta feita pelos eclesiásticos no momento de depositar a oferta e, depois, à publicação dos ex-votos na revista *Il Rosario e la Nuova Pompei* (criada em 1884), que servia como apoio publicitário para reafirmar a força da fé cristã. Nos primeiros dez anos de existência do santuário, era organizada uma grande tombola⁷, com ampla distribuição de medalhas, imagens e pinturas da Vergine de Rosário. No primeiro festival (1873), os moradores do entorno foram convidados a doar objetos religiosos de todos os tipos, mesmo os que não estivessem relacionados com a Vergine de Pompeia, a fim de se realizar uma espécie de rito oficial por meio de uma troca e uma “rede” de imagens religiosas. No segundo festival, em 1876, o costume havia sido consolidado e oito dias antes da cerimônia os moradores, avisados por um chorão, preparavam suas oferendas em espécie (milho, algodão) para consagrá-los à Virgem no curso de um ritual festivo, com muitos fogos de artifício, bombinhas, corridas de burros. Em troca, eles recebiam uma série de imagens piedosas da Vergine del Rosário, impressas pela primeira vez: a prática do ex-voto havia nascido com “recibo” na forma de um ícone. O rito de Pompeia é, portanto, uma invenção moderna, uma forma de reinventar o cotidiano, resultante de uma cultura camponesa, que ainda resiste no sul da Itália, e de um modelo industrializado, que conta com meios modernos, como a imprensa, para difundir as novas práticas votivas do santuário (AVELINO, 1987).

O ritual em torno de um santo e sua estátua nem sempre é desobrigado com ex-voto. Tomando como referência o caso da Grécia antiga, imagens milagrosas nem sempre são acessíveis em santuários, e aquelas que são preservadas em baús de relíquias ou atrás de um vidro parecem receber menos ex-votos do que aquelas que são sempre acessíveis. Mais uma vez, o caráter transcendente da divindade é diluído na necessidade de uma fé concreta sentida pelo homem. O contato com a imagem parece conferir uma eficácia maior do que os desejos.

O ex-voto tornou-se aceitável para a Igreja Católica porque coloca em cena intercessores cristãos, particularmente as virgens e os santos. O ex-voto pintado apareceu na Itália no século XV e se desenvolveu no seu processo artístico, de cunho religioso, ao longo do *Quattrocento* e do Renascimento, graças a uma elite social que o encomendava

6 Do nada. Tradução ao pé da letra.

7 Espécie de loteria, que ocorre, geralmente, em bazares de caridade, em que ganham prêmios todos os que nela tomam parte. Equivalente ao bingo no Brasil. **Infopédia**. Disponível em: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/italiano-portugues/tombola>. Acessado em: 25 fev. 2024.

a grandes artistas, a fim de agradecer ao divino por um milagre recebido. Da Itália, ganhou rapidamente outros países europeus e, durante os processos históricos nos séculos XVI e XVII, foi implantado na França, Portugal, Espanha e Alemanha. Depois, passou para a América Latina, no início da colonização pela Espanha, no México, e para o Canadá, com a presença francesa (Boullet, 1978).

Quanto à iconografia, a análise realizada por Marianne Bélard e Philippe Verrier sobre os ex-votos de San Juan de Los Lagos de 1880 a 1945 aponta as características estéticas da tradição ex-votiva (Bélard; Verrier, 2013), encontradas em outras regiões do México. Apesar de diferentes revoluções sociais no México, a secularização não era tão forte como na Europa, razão pela qual o espaço celeste não era reduzido aos ex-votos pintados. Quanto à posição da Virgem nas estruturas cenografadas nos quadros, há uma variação: ora à esquerda, outras vezes à direita e, às vezes, ao centro. Em St. John, o homem é sempre representado com bigodes, invocando a Virgem, ajoelhado, com a cabeça nua e chapéu no chão. A mulher, também de joelhos, sempre tem a cabeça coberta com um véu em sinal de respeito. Essas atitudes e posturas são características da produção ex-votiva mexicana do final do século XIX e início do século XX e podem ser observadas em ex-votos de outros santuários. De acordo com o *retablero*, os centros de interesse e o talento, a iconografia ex-votiva pode ser enriquecida por pinturas paisagísticas: quando é rural, são pintados *nopales* e *magueyes*, típicos da vegetação do centro do México; se o milagre ocorreu na cidade, observam-se ruas e edifícios.

Ao longo desses séculos de popularização do ex-voto, a prática foi feminizada, e as mulheres passaram a constituir maioria nos processos de desobriga. Seus ex-votos são relacionados às questões de saúde: pedem um bom parto, a cura dos filhos, do marido. Os homens aparecem menos do que as mulheres, e seus ex-votos referem-se mais a guerras, revoluções e trabalho (emprego). Vários ex-votos representam os federais, com soldados vestidos de azul; e os revolucionários, com camponeses vestidos com cobertores brancos e duas tiras de cartuchos atravessadas sobre os peitos. Em pequena quantidade, há ex-votos em que toda a família aparece em oração perante a Virgem (Bélard; Verrier, 2013).

A riqueza iconográfica de certos ex-votos não deve ofuscar o uso geral da preparação e a desobriga. Eles constituem uma ação de graça e se caracterizam pela simplicidade: o devoto, acompanhado da família e com uma vela na mão, ajoelha-se diante da imagem do santo colocada em certa altura. Uma faixa larga abaixo da imagem apresenta a narrativa do milagre contado pelo peregrino ao *retablero* no momento da compra do ex-voto. Esses ex-votos são explicados pelo aumento da demanda nas peregrinações, durante as quais romeiros e devotos avulsos aguardam o momento para “pagar” a sua promessa ao divino.

A forma latina “ex-voto” corresponde a “consoante a uma promessa” ou “extraído de uma promessa”, enquanto devoto é aquele que faz um pedido ao santo para obter curas impossíveis ou ajuda contra tipos de aflições. Caso ele seja contemplado com a graça ou “milagre”, o santo receberá um objeto em satisfação da súplica atendida. Dessa maneira, o

agraciado oferece ao seu intercessor o ex-voto, que é representado por objetos, pinturas, desenhos, esculturas, fotografias, entre outros.

Esses objetos são guardados nas salas de promessas (também conhecidas como salas de milagres ou salas de ex-votos). Nelas, ficam reunidos muitos ex-votos, dispostos de forma ordenada e catalogados segundo certa lógica de semelhança entre eles, formando verdadeiras composições plásticas e obedecendo a um ritmo estético, na óptica de quem os organizou. Os objetos “depositados” são, em sua maioria, réplicas de partes do corpo humano, esculpidas em cera, madeira ou parafina; mechas de cabelos de variados tamanhos; aparelhos ortopédicos; volantes de automóveis; réplicas de igrejas, além de outros que chamam mais a atenção, como: vestido de noiva, roupa de Papai Noel, vasilhame de vidro com pedras de rins, seringa suja de sangue, entre outros.

Mesmo sabendo que esses objetos expostos nas salas de milagres não estão lá para serem observados como obra de arte, e, sim, como testemunhos de graças alcançadas, eles nos possibilitam vê-los como objetos de arte, isso dentro de uma certa perspectiva do fazer artesanal. Existem também os que foram produzidos de forma industrial, com tiragem em série, mas que, dentro dessas salas, tornam-se únicos, personalizados, pois cada um simboliza uma graça recebida.

A MEMÓRIA E O PATRIMÔNIO CULTURAL

Aplicado à noção de memória, analisada nos aspectos social e coletivo⁸, o ex-voto permite que nos detenhamos na noção de documento como testemunho que abarca o acontecimento e o fato, a lembrança e o percurso de vida com base nos bilhetes, cartas, miniaturas dos automóveis, casas, aeronaves, esculturas e pinturas, que são suportes da memória, principalmente quando falamos do “milagre”, da “graça alcançada” por quem conversa com o santo.

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

Os ex-votos tradicionais, principalmente os pictóricos e escultóricos, mantêm uma iconografia e simbologia próprias, que perdura através dos tempos. A divindade é um dos elementos definitivos do ex-voto, pois rompe com os fatos visíveis do mundo e

⁸ Em relação ao conceito de memória social, recorreremos, mais adiante, a Ricoeur (2007), que aborda o referido conceito. No que se refere à memória coletiva, a conceituamos com base, principalmente, em Maurice Halbwachs, com base na tese de doutorado Memória coletiva e a relação entre tradição e transgressão: análise comparativa dos processos ex-votivos no Brasil e no México, defendida em 2023 na Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia.

“estabelece a realidade de todos os demais elementos integrados à pintura, proporcionando significação e movimento” (Prampolini *apud* Luque Agraz; Beltran, 1996, p. 58). Há um desenquadramento nos planos, nas perspectivas e nas anatomias, mas que, mesmo sem cânones acadêmicos, trazem substâncias particulares do tempo: moda, mobiliário, enfermidades, acidentes, temas representativos da memória social e coletiva de cada época (Scarano, 2010) – quando tratamos dos “tradicionais”. Quando nos remetemos aos “transgressores”, a iconografia e a estética são mantidas, mas as temáticas assumem os questionamentos e os problemas dos dias atuais.

Para Ricœur (2007), em relação à memória social, há duas intencionalidades: uma, da imaginação, voltada para o fantástico, a ficção, o irreal, o possível, o utópico; a outra, a da memória, voltada para a realidade anterior, a anterioridade que constitui a marca temporal por excelência da “coisa lembrada”, do “lembrado” (RICOEUR, 2007, p. 26), daquilo que marcou e que, em algum suporte, está documentado ou que, até mesmo, o suporte serve como documento/testemunho.

Ao definir o documento como patrimônio cultural e elencar exemplos de testemunhos e manifestações culturais, Dodebei e Abreu (2008) analisa o valor patrimonial concernente aos objetos culturais:

Atribui-se o valor patrimonial a objetos que estão sendo criados e que são frutos de manifestações culturais, em sua maioria, de natureza artística e coletiva, como as artes populares, indígenas, urbanas, das periferias e de comunidades carentes, entre outros. (Dodebei; Abreu, 2008, p. 25).

Na atualidade, a preservação do patrimônio cultural está intrinsecamente ligada à questão da memória. Isso significa dizer que o ato de preservar tornou-se importante não apenas para resguardar o patrimônio, mas, como afirma Pollak (1992, p. 5), para “valorizar um elemento que constitui e fortalece o sentimento de identidade, seja ele individual, social ou coletivo”. As salas de milagres e os museus também constituem um importante patrimônio, já que mantêm registros de parte da religiosidade, que atesta a memória individual e coletiva. Esse conhecimento abre precedentes para que possamos atribuir à memória a condição de patrimônio, utilizando-a como base de estudos e de análises dos ex-votos.

Longe de noções preconceituosas, um testemunho pode ser pensado como um documento, e vice-versa. O documento é um símbolo representativo das atitudes e do desenvolvimento de cada aspecto cultural, está em todas as partes dos espaços ocupados pelo homem, está nas praças, nas ruas, nas lojas, no antes e no depois de um fato cultural. Ele está em uma igreja, em um terreiro de candomblé, em um campo de futebol, no carnaval e em muitos outros espaços e ambientes culturais, senão em todos.

Como documento/testemunho, o ex-voto, em diversos formatos, apresenta as ambições, o medo, a felicidade, o amor. Expressões vistas nas suas diversas tipologias, como bilhetes, cartas, maquetes, cabeças e outras formas artesanais, objetos industriais, DVDs, *pen drives*, além de uma quase infinidade de tipos.

Os ex-votos são um dos raros meios de investigação no mundo do silêncio daqueles que não sabem escrever. Eles, no campo da história, são uma fonte rica de investigação do social e da arte. Por pouco que sejam, levam-nos aos segredos das consciências da sociedade, dos momentos, do cotidiano, do indivíduo, dos valores que permeiam o contexto social. (Vovelle, 1987, p. 88).

Para Vovelle (1987), um pesquisador atento precisa usar de artimanhas para romper o silêncio, analisar os gestos, os comportamentos e as práticas, tais como se revelam no objeto ex-votivo. E quando o silêncio se mantém, cabe recorrer à pesquisa oral, às entrevistas, que podem auxiliar nas mensagens. Por fim, no contexto desses estudos realizados em todas as direções, percebemos a importância privilegiada de que se reveste a imagem, sob todas as suas formas, para o conhecimento da sensibilidade popular, tanto profana quanto religiosa.

O ex-voto, como mencionamos, pode ser qualquer objeto. Em sociedade, ele é visto no comércio, na venda em pequenas barracas e armarinhos, na frente dos santuários, mantendo o emprego daqueles que vivem desse comércio.

Nos dias atuais, em alguns centros de peregrinação, não se encontram os “riscadores de milagres” e os santeiros. Juazeiro do Norte, um dos maiores centros de romarias, é um exemplo disso. Nessa cidade, que fica a 680 km de Fortaleza, não há mais artistas que pintam quadros ex-votivos, ao contrário das diversas regiões mexicanas, que mantêm a tradição do “*retablo*”, do “*retablito*”, com os seus mestres reconhecidos, os *retablero*s, que fazem por encomendas para vários cantos do país e até para fora do México. Uma tradição que faz o povo mexicano se orgulhar de ter os *retablos* dedicados à Virgem de Guadalupe e a outros tantos santos, como foi muito bem observado *in locus* em Chalma, Queretaro e Guadalupe, entre 2013 e 2017 no Projeto Ex-votos do México, com apoio da pesquisadora Elin Agraz e do artista Alfredo Vilchis.

OS EX-VOTOS NO MÉXICO E NO BRASIL

O México, junto com o Brasil, é o país que mais se destaca na cultura ex-votiva católica nas Américas. E, por esse motivo, apresentamos a identificação, análise e comparação da tipologia ex-votiva mexicana com a do Brasil, a fim de elaborar possíveis respostas aos questionamentos apresentados neste texto.

No México, na América Central e no Brasil, a fé e a emoção diante de imagens e estátuas piás dos santos fazem do ato de dedicação um evento cheio de significado. É preciso distinguir, no entanto, entre as cerimônias oficiais em homenagem a um santo, quase sempre acompanhadas de uma procissão, mas que não constituem necessariamente o momento da oferenda, e o ato pessoal que diversas vezes acontece meses após a cerimônia oficial. No decorrer disso, muitas promessas são cumpridas, mas o resultado, às vezes, deve ser esperado. Inicialmente, as pinturas ex-votivas mexicanas vieram de uma elite social civil, militar, religiosa, muitas vezes masculina, cujas obras, essencialmente do

século XVIII, temos acesso hoje (Arias; Durand, 2002). Durante o século XIX, elas passaram a ser produzidas em pequenos formatos, os denominados *retablitos*, as pequenas tábuas ex-votivas, e os *milagritos*, corpos antropomorfos, em miniatura, na maioria das vezes em metal.

Após a Guerra da Independência mexicana (1810-1821), essa forma ex-votiva democratizou-se e tornou-se uma prática popular. *Retableros*⁹, como eram (e o são hoje) denominados os pintores de ex-votos, na maioria das vezes eram autodidatas locais, a quem os “pagadores das promessas” recorriam para narrar um acontecimento. Muitos deles eram extremamente talentosos e considerados, hoje, os primeiros verdadeiros artistas do México, como é o caso de Gerônimo de León (Luque Agraz, 2012).

As pinturas desse período reproduzem os esquemas em vigor desde o século XVI, com algumas variantes. Como recomenda a tradição, a maior parte da superfície pintada é ocupada por protetores, virgens, santos ou Cristo, identificáveis por seus atributos. O suplicante fica na parte inferior do enquadramento, sempre em uma atitude de oração, muitas vezes acompanhado da família. O texto – na dimensão de legenda ou verbetes – aparece no final do século XVI e torna-se o elemento essencial da pintura (Boullet, 1978).

No século XIX, esse texto era escrito em uma longa faixa abaixo, e não mais em espécies de “*balooms*” com formas arredondadas ou na forma de um quadro dentro do mesmo quadro, como ainda era no século XVIII (LUQUE AGRAZ, 2012) (ver sequências iconográficas nas páginas anteriores e nas que se seguem). Por meios verbais, o *retablero* narra o milagre concedido. Somente no século XX, vemos a presença do médico ou da mesa de cirurgia, o que demonstra as mudanças da medicina.

A narração do milagre frequentemente ocorre por meio da linguagem escrita, atestando, no século XIX, a transição da cultura oral para a cultura mista, graças à alfabetização (Luque Agraz, 2012). O texto, muitas vezes, é gramaticalmente imperfeito, já que o código escrito não é dominado nem pelo devoto nem tampouco pelo *retablero*, de modo que os erros de sintaxe e ortografia são numerosos, o que é repetido pelos criadores atuais. A maior preocupação é com a veracidade do fato narrado.

Encontramos mais ou menos a mesma retórica de um ex-voto em outro: o *retablero*, quase sempre, inicia com o nome do beneficiário; em seguida, expõe o perigo ocorrido; algumas vezes especifica a data dos fatos a fim de dar um tom de veracidade à declaração; segue a invocação à santa ou ao santo e termina com os agradecimentos, acompanhados da oferta do altar, como prova de que se cumpriu plenamente a promessa. Conclui com a indicação do local de origem do doador e a data em que foi dado o presente. Esta estrutura aplica-se especialmente a ex-votos mais detalhados, como no ex-voto a Nuestra Señora de Las Dolores, em Queretaro (Figura 3).

9 No Brasil, segundo Clarival do Prado Valladares, esse tipo de artista é conhecido por riscador de milagres, denominação proposta pelo próprio Valladares.

Figura 3: Ex-voto da sra. Lira Museo de Los Milagros – Queretaro



DAMOS INFINITAS GRACIAS A LA SMA VIRGEN DE LOS DOLORES DE SORIANO, POR HABER LIBRADO A GONZALO DE VICENTE DE GRAVE CRIMEN QUE LE ACHACAVAN Y SU MADRE SE LO ENCOMENDO A LA MILAGROSA IMAGEN LOGRANDO ASI SU LIBERTAD POR MILAGRO TAN PATENTE DEDICAMOS EL PRESENTE. LIRA, QRO, A 1° DE SPBRE DE 1941.¹⁰

Fonte: Foto do Projeto Ex-votos do México.

Na região de Queretaro e nos seus testemunhos ex-votivos muito bem conservados no Museo de Los Milagros, encontramos uma estética que se equilibra entre o “frio” e o “quente”, o desenho e a pintura, mas mantendo-se numa estética tradicional no esquema figurativo e narrativo. Os contornos da fé estão esboçados a partir dos lápis e pincéis dos *retableros*, que narram e elucidam histórias individuais e coletivas da região resguardada por Nuestra Señora Dolores.

Gramática e sintaxe encontram-se na tradicional morfologia mexicana dos *retableros*, pois, mesmo diante de diferentes variantes estéticas, os louvores, assuntos e esboços de crença são mantidos, numa aparente conexão entre as produções ex-votivas das diferentes regiões do país.

Os artistas mexicanos atuais estão pouco interessados nos ex-votos tradicionais, que, para eles, são extemporâneos e muito simples em termos iconográficos. Entretanto, alguns *retableros* apropriam-se dessa tradição ex-votiva, como os pintores que trabalham a interação entre ilustração e narração própria do ex-voto pintado, com imagens tão vivas quanto o milagre narrado. Eles acompanham a estética secular, “temperando” a cena com personagens da atualidade, assuntos que giram em torno da marginalização social e temas que empregam humor, romance, esporte e política, com muita crítica e inclusão social, o que vem sendo conceitualmente designado como “ex-voto transgressor” – conceito proposto pela historiadora da arte mexicana Elin Agraz.

10 “DAMOS INFINITAS GRACIAS À SANTÍSSIMA VIRGEM DAS DORES DE SORIANO, POR TER LIBERTADO GONZALO DE VICENTE DE GRAVE CRIME QUE O ACUSAVAM E SUA MÃE O ENTREGOU À IMAGEM MILAGROSA, OBTENDO ASSIM A LIBERDADE POR TÃO MILAGRE PATENTE QUE DEDICAMOS A ISSO. LIRA, QRO, EM ESPECIAL 1, 1941”. Tradução livre dos autores.

No percurso milenar que o ex-voto possui, e com as mudanças no curso da história, esse objeto, ao ganhar tipologias e, portanto, faces, formou redes e tornou-se um agente de memórias, estejam elas nas salas de milagres, estejam no ciberespaço. É essa rede que, apresentando o ex-voto como agente, expande tradição, estéticas, informações, críticas e uma memória atuante. E nesse grande percurso, trazido pela tradição cultural e religiosa, trazemos aqui o vínculo do ex-voto ao pensamento de Luiz Beltrão.

Luiz Beltrão de Andrade Lima, pernambucano de Olinda, nasceu em 8 de agosto de 1918, e faleceu em Brasília, no dia 24 de outubro de 1986. Comunicólogo, jornalista, escritor e pesquisador brasileiro, é considerado pioneiro nos estudos da comunicação popular no Brasil. Consagrado por ter criado e defendido o conceito “Folkcomunicação” e impulsionado estudos de temas até então “marginalizados” no campo da comunicação (Maciel et al., 2011).

Em 1967, na Universidade de Brasília (UNB), Beltrão defendeu a primeira tese de doutorado em Comunicação do Brasil, com o tema Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação, de fatos e expressão de ideias. Mesmo já sendo jornalista e escritor consagrado, foi, portanto, o primeiro docente de uma faculdade de comunicação que prestou o exame de doutorado no Brasil.

Para Beltrão (1971), o conceito de folkcomunicação nasce da vinculação estreita entre folclore e comunicação popular, isto é, “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” (Beltrão, 1971, p. 15). Trata-se, portanto, de manifestações culturais ligadas à espontaneidade popular, individual ou coletiva, em cujo processo podemos perceber mensagens, informações e comunicação, a exemplo das salas de milagres, canais que permitem o processo de comunicação entre os ex-votos, o crente e o seu ente superior, e que, a partir de uma variada tipologia, publicizam fatos e acontecimentos ao público que visita essas salas.

Ao trabalhar com o folclore e dar voz aos “marginalizados”, Luiz Beltrão (2004) também se inclinou à etnografia, aplicando a metodologia descritiva nas suas incursões sobre a prosa, a crença, a religiosidade, as cantigas nordestinas, contextualizando-a, no sentido de uma apresentação despojada de fatos e interpretações, que saltaram do berço popular para a ciência.

Mesmo diante da conjuntura instalada com o golpe militar em 1964 no Brasil, os estudos de Beltrão sobre a cultura popular, à luz da Folkcomunicação, trataram das manifestações populares, especialmente os ex-votos, numa perspectiva comunicacional espontânea, sobretudo entre as classes consideradas marginalizadas. Porém, enquanto as manifestações populares encontravam espaço no mundo acadêmico como forma legítima de comunicação, vetores dos *mass media*, como a revista *Ave Maria*, suprimiam, a partir de 1966, a publicação da seção “*graça alcançada*”, por um entendimento de que a religiosidade popular era alienante. Isso aconteceu depois do encerramento do Concílio

Vaticano II, em 1965, o qual, conforme discutimos na subseção 2.2, com base em alguns conceitos teóricos de Certeau, tentou destituir a dita religiosidade popular.

Quando Luiz Beltrão publicou o artigo *O ex-voto como veículo jornalístico*, em 1965, na revista *Comunicação e Problemas*, ele deu visibilidade ao processo comunicacional enraizado na cultura popular, que, muitas vezes, esteve à margem dos interesses e coberturas da indústria cultural. A persistência dos estudos comunicacionais do pesquisador pernambucano deu destaque às diversas formas de manifestação cultural, entendendo-as nas suas relações interdisciplinares com a etnografia, a antropologia e a sociologia, ganhando espaço nos ciclos acadêmicos no Brasil e no exterior.

A folkcomunicação nasce dessa percepção de Beltrão acerca da força híbrida do comunicar cultura (folclore) na relação com os meios mediáticos. A aceitação do estudo da cultura como forma de analisar sistematicamente a própria comunicação é também defendida por Jesús Martin-Barbero (1997):

Por muito tempo a verdade cultural dos países latino-americanos importou menos do que as seguranças teóricas. E assim estivemos convencidos de que a comunicação nos deveria apresentar uma teoria – sociológica, semiótica ou informacional – porque só a partir dela seria possível demarcar o campo de interesses e precisar a especialidade de seus objetos. Entretanto, alguma coisa na realidade se mexeu com tanta força que provocou uma certa confusão, como a derrubada das fronteiras que delimitavam geograficamente o terreno e nos asseguravam psicologicamente. Apagado o desenho do 'objeto próprio', ficamos à mercê das intempéries do momento. Mas agora não estamos mais sozinhos: pelo caminho já encontramos pessoas que, sem falar de 'comunicação', não deixam de questioná-la, trabalhá-la, produzi-la: gente das artes e da política, da arquitetura e da antropologia. Foi necessário perder o 'objeto' para que encontrássemos o caminho do movimento social na comunicação, a comunicação em processo (Martin-Barbero, 1997, p. 277-278).

Martin-Barbero (1997) conceitua “folclore” à luz de três termos: *folk*, *volk* e *povo*, que – parecendo falar do mesmo, no movimento “traíçoeiro” das traduções –, impedem ver o jogo das diferenças e das contradições entre os diversos imaginários que mobilizam. De um lado, *folk* e *volk* são o ponto de partida do vocábulo com que se designará a nova ciência – *folklore* e *volkskunde* –, enquanto *people* não se liga a um sufixo nobre para engendrar o nome de um saber, mas a uma modalização carregada de sentido político e pejorativo: populismo. Assim, enquanto *folk* tende a recortar-se sobre um *topos cronológico*, *volk* o fará sobre um geopolítico, e *people* sobre um sociopolítico (Martin-Barbero, 1997, p. 28). *Folklore* capta, antes de tudo, um movimento de separação e coexistência entre dois “mundos” culturais: o rural, configurado pela oralidade, crenças e arte ingênua; e o urbano, configurado pela escritura, secularização e arte “refinada”.

O conceito global de folclore é atribuído a William John Thoms (1803-1885) – um antiquário inglês –, que teceu, em 1846, o termo *folklore* (de *folk* = povo + *lore* = costume ou conjunto de crenças) para substituir outros termos usados à época, tais como “antiguidades

populares” ou “literatura popular”. Autor de vários livros (inclusive sob o pseudônimo Ambrose Merton), Thoms foi membro e líder da *Folklore Society*, fundada em 1878, na Inglaterra. O estudo de Thoms busca: i) explicar o que é folclore e seus gêneros; ii) definir o que é um grupo folclórico; iii) discutir a concepção de tradição e indicar como a população a aprende, apreende e a compartilha. O estudo do folclore ainda procura entender o que é ritual e o que é *performance*.

Atualmente, para alguns estudiosos, a exemplo de Sims e Stephens (2011), o folclore é compreendido como uma forma de entender as pessoas e a ampla gama de maneiras criativas de expressar quem somos e o que valorizamos e acreditamos.

Conforme Richard Dorson (1976), os folcloristas estão preocupados com o estudo da cultura tradicional, ou da cultura não oficial, ou da cultura popular, em oposição à cultura da elite, não com o objetivo de provar uma tese, mas de aprender sobre a massa [parte da humanidade], negligenciada pelas disciplinas convencionais. Ainda segundo Dorson, os historiadores escrevem histórias da elite, dos bem-sucedidos; os literatos estudam escritos elitistas; e os críticos de arte restringem sua atenção às artes plásticas. Já os antropólogos se aventuram longe dos caminhos tradicionais, e alguns campos da sociologia olham para as pessoas estatisticamente.

Vale lembrar que o termo folclore se refere ao conhecimento que temos acerca de nosso mundo e de nós mesmos. Conhecimento que não aprendemos na escola, nem em livros; aprendemos folclore uns com os outros, informalmente. Trata-se, portanto, de conhecimento não oficial, que compartilhamos com nossos pares, famílias e outros grupos que integramos (Sims; Stephens, 2011).

Folclore não é necessariamente uma inverdade ou algo antiquado (“cafona”); também não é cultura popular. É aprendizagem informal e não oficial, resultante da experiência do dia a dia, que inclui mitos, lendas, piadas, provérbios, canções, bençãos, laudas, dizeres no ato de brindar (“*cheers*”, “saúde”), trava-línguas, saudações, desejos de sucesso (“*in bocca al lupo*”, “*merda*”) etc. (Sims; Stephens, 2011).

Afinal, folclore está presente em vários tipos de comunicação informal, quer de forma verbal (oral ou escrita), quer de modo habitual (rituais, comportamentos generalizados), quer material (objetos físicos). O folclore envolve valores, tradição, modos de pensar e de se comportar. Ele nos ajuda a aprender quem somos e a extrair significado do mundo que nos rodeia (Sims; Stephens, 2011).

A religião ancorada nessa corrente cultural, a partir da década de 1960, produziu inúmeras formas de manifestações populares, corroborando o modo de se comunicar do povo. Muitas expressões influenciaram as artes, a literatura, a vestimenta, a culinária, enfim a vida cotidiana, de modo especial na América Latina. Algumas dessas manifestações culturais estão ligadas ao folclore.

Beltrão, quando envolve a tríade informação/folclore/religião, compreende a força da comunicação no fiel devoto que encontra formas criativas de comunicar as suas crenças

e conseqüentemente sua própria vida. E dentro do imaginário religioso, o devoto que consegue um “milagre” sente-se no dever, como que em dívida, de externar e anunciar o benefício divino recebido. Os ex-votos são a expressão e o testemunho – e por que não *medium?* – máximos do pagamento de tal “dívida”.

O EX-VOTO NA FOLKCOMUNICAÇÃO

O ex-voto, além do pictórico e do desenho, é também feito em madeira, cerâmica, pano, cera, papel, fitas, linhas, cordões, papelão, cartolina, chifre, gesso, pedra-sabão, coco e outros materiais, inclusive plásticos, além das cartas, bilhetes, placas, fotografias e dos que vêm em formato digital. É pintado em tela, tábuas ou cartolina; é fotográfico, biográfico, *high-tech*. O seu valor artístico está entre o artesanato e o que ainda se teima, na história da arte, chamar de “arte menor”, que são as obras trabalhadas pelo próprio “pagador da promessa” ou pelo “riscador de milagres”, que procura caprichar na modelagem (quando escultura) ou na bidimensionalidade das cores e no traço do pincel (quando pintura), para demonstrar ao santo da sua devoção o quanto lhe está agradecido.

O fascínio e o esforço não se limitam a artesãos que pela sua habilidade se tornaram conhecidos geralmente e entendidos por muitos. Vai além, generaliza-se entre as populações camponesas e as classes operárias, exprimindo-se através do ex-voto, que, no Nordeste brasileiro, é conhecido por milagre ou promessa – quadro, imagem, fotografia, desenho, fita, peça de roupa, utensílios domésticos, mecha de cabelo, etc., que se oferece ou se expõe nas capelas, igrejas, salas do milagre ou cruzeiros, em ação de graças por um favor alcançado do céu (Beltrão, 1971, p. 143).

O valor documental do ex-voto é mais amplo. Abrange, inclusive, os objetos ex-votivos fabricados em série em gesso ou parafina: braços, pernas, cabeças, corações, fígados, torsos e outras partes do corpo. Os zoomorfos, representando miniaturas de bois, cavalos, jumentos, porcos, carneiros, gatos, cachorros e galinhas, e até animais taxidermizados¹¹. E, ainda, os simbólicos – fitinhas, velas do tamanho de uma pessoa, miniaturas de embarcações e carros, casas, máquinas de costura, pilões de barro e madeira, instrumentos de trabalho e aqueles objetos, como joias, peças de vestuário, mechas de cabelo, garrafas, cachimbos, muletas, óculos – numa quase infinita tipologia.

Nas décadas de 1960 a 1970, camponeses e pessoas do meio urbano usavam o ex-voto como modo de expressão e, como nem todos os “agraciados” ou devedores de graças eram hábeis no manejo do cinzel, do canivete, do carvão ou dos lápis e tintas, surgiram as indústrias de “milagres”, nas proximidades dos santuários de maior procura, seja nos grandes centros urbanos, como em São Paulo e Rio de Janeiro, seja nas cidades de pequeno e médio portes, como Congonhas, em Minas Gerais.

Nas zonas rurais, segundo Luís Saia (1944), os fabricantes de ex-votos eram, em geral, carpinteiros, pois algumas peças permitiam que se usassem com bastante segurança as ferramentas costumeiras do ofício: formão, serrote, grossa, goiva. Eram especialistas,

¹¹ Processo milenar de enchimento de animais mortos para conservar as suas características.

cuja existência comprovamos pela análise de peças que, embora colhidas em cruzeiros distantes e de difícil acesso, apresentavam características semelhantes, algumas sendo visivelmente de um mesmo artista.

Deixando de parte os centros de devoção das capitais, que atraem uma multidão heterogênea de crentes e onde o sentido informativo e opinativo dessa manifestação folclórica se fixa, apenas, na demonstração de fé religiosa, Luiz Beltrão (1971) voltou-se para os cruzeiros – também denominados “santas cruzes” –, para as capelinhas ex-votivas, para os lugares venerados de modo especial pela massa mais homogênea dos indivíduos que não são leitores ou colaboradores de jornais, ouvintes de rádio ou espectadores de cinema ou televisão e afirmou: “Aí então a notícia nos surge inconfundível, clara, apregoada até mesmo ou a partir mesmo do imóvel votivo” (Beltrão, 1971, p. 145).

Se entrarmos nos santuários e conseguirmos as “chaves” para decodificar as mensagens contidas nas peças expostas nos altares ou nas paredes das salas de milagres, teremos contato com ex-votos com informações bem curiosas: ex-votos em desenho, pintura ou fotografia, representando graficamente o acontecimento, tal como ocorreu; em cidades litorâneas, ex-votos pictóricos, em foto ou desenho, representando afundamentos de barcos, tempestades, naufragos agarrados a rochedos ou a destroços flutuantes; na zona rural, representações de quedas de animais, picadas de cobras, chifradas, acidentes de trabalho no campo, sendo comuns os ex-votos zoomorfos: bois, vacas, carneiros e porcos curados de bicheira.

A doença e a sua localização são indicadas, quer por meio de pintura, quer por um procedimento em bricolagem, inserido diretamente na composição; muitos desenhos a lápis ou a carvão, em cartolina ou papelão, com a reprodução da pessoa ou do animal – o local da afecção indicada pela cor vermelha. Certos desenhos são de grande riqueza em detalhes: os móveis, as vestimentas, os utensílios, constituindo uma fonte documental de grande valor, e que, além da evidência histórica do lugar, nos trazem a memória da pessoa ou da família possuidora do animal.

Os retratos e as fotografias com a narração do milagre no anverso ou na parte inferior também constituem meio de informação de grande interesse. São colhidos pelos fotógrafos profissionais – até os anos 1980, os “lambe-lambes” –, encontrados nas imediações dos santuários, mas que atualmente estão perdendo espaço para as fotos digitais e digitalizadas pelos próprios devotos.

Em alguns ex-votos esculpidos, a localização da enfermidade no corpo é indicada por meio da pintura: feridas, talhos, erupções são marcados em vermelho nos braços, pés, mãos, cabeças. Entretanto, em grande número de cabeças, não há nenhuma indicação sobre a doença, possivelmente por ausência de diagnóstico para o que aflige o fiel, como os “problemas mentais”, as dores de cabeça, os problemas cognitivos ou psíquicos e, nos dizeres populares – daí o folclore –, o “mau olhado” e o “quebranto”. Muitas cabeças, principalmente as produzidas em parafina, têm um bilhete colado ou colocado dentro do seu formato oco.

Para Beltrão (1971), os locais de exposição dos ex-votos – cruzeiros, altares, cemitérios ou salas de milagres – tornam-se “autênticas gazetas de pedra e cal”, podendo perfeitamente indicar as moléstias comuns em determinadas regiões, a regularidade de certos males numa área geográfica delimitada, os denunciadores nosológicos e mesmo teratológicos. Sendo a promessa a satisfação da súplica atendida, a obtenção da “graça alcançada” é publicizada e divulgada nos jornais. E assim, por divulgar problemas encontrados, há uma notificação por secretarias de saúde.

Outro aspecto interessante é a chamada cura dos vícios. Garrafas de aguardente, copos, baralhos estão presentes nas prateleiras e chão das salas de milagres. Fotografias de casais falam de amores que triunfaram sobre a negação familiar, a oposição paterna ou materna, a batalha por manter a família perante o quadro econômico do país, frente ao desemprego.

Romeiros, peregrinos, turistas e crentes avulsos, em suas cartas, contam ao santo suas dificuldades, os segredos íntimos, os problemas de sua vida; pessoas agradecem pelo companheiro ou companheira no amor; trabalhadores e trabalhadoras falam das ocupações profissionais; estudantes agradecem pelas vitórias em concursos e seleções.

Através dos ex-votos “corações sangram e com o seu sangue vai sendo escrita a história dos sofrimentos do povo nordestino, vítima das secas, dos latifúndios, das doenças e da fome” (Beltrão, 1971, p. 148). O ex-voto, na sua “ingênua exageração de milagres”, é, na verdade, um veículo, em linguagem popular, dos sentimentos, agradecimentos a Deus e protestos contra dificuldades encontradas na vida.

Vale ressaltar, e aqui interpondo a nossa visão, que, de forma fenomenológica, o ex-voto pode ser descrito como qualquer objeto que sirva especificamente para expressar gratidão por um presente ou bem-estar concedido por um poderoso agente de ordem, digamos, metassocial, a atores intramundanos (indivíduos e/ou coletivos). Com a intenção voluntária de expressar gratidão (embora às vezes sejam do tipo propiciatório), quase todos objetos podem ser “transformados” em ex-votos. Isso pode ajudar a explicar a variedade quase infinita da tipologia comumente encontrada em santuários, coleções particulares e museus.

Embora tenha referenciado variada tipologia ex-votiva em sua tese, Beltrão analisa os objetos com partes textuais, isto é, onde o milagre é descrito por escrito. Essa tipologia, que denominamos *ex-votos biográficos*¹², surge nas placas gravadas em latão, em mármore ou em madeira; ou são cartas, bilhetes e, por fim, nos “agradecimentos” em jornais impressos e na revista *Ave Maria*.

O pesquisador brasileiro procura deixar claro que o fato de o processo ex-votivo ser um fenômeno popular não significa que as classes não populares tenham perdido a fé ou se tornado completamente seculares. As pessoas, de modo geral, mudaram suas práticas, adaptando-as a novos formatos devocionais, novas tipologias ex-votivas, e até a novos lugares, dentro ou fora da cidade, onde ocorre a desobriga ex-votiva. Nesse sentido, são criadas formas cada vez mais oficiais, teológicas e “racionalis” de se relacionar com

12 Uma das tipologias desenvolvidas por um dos autores em tese de doutorado.

os poderes dos entes superiores. Prova disso são os denominados “agradecimentos” em alguns jornais e revistas, analisados por Beltrão, que implicam a perda do caráter determinista do ex-voto como um instrumento de comunicação popular, encontrados apenas em salas de milagres. Convertidas em instrumento de mensagens, estereotipadas ou não, essas novas formas passam a ganhar espaço, também, em plataformas mediáticas, industrialmente modeladas, cujo suporte e conteúdo são completamente diferentes dos *retablos*, dos *milagritos*, das *tábuas votivas*, das esculturas em parafina ou madeira e de outros tipos tradicionais de ex-votos.

Beltrão analisou “agradecimentos” (Figuras 5 e 6) em seções específicas de jornais famosos de grande circulação e jornais locais. Já para o caso da revista *Ave Maria*, que teve origem no ano de 1898, Beltrão analisou os incentivos que levaram os “leitores a testemunharem os favores recebidos de Deus por intermédio de algum santo” (Gordo, 2016, p. 1).

O caminho aberto por Beltrão, a partir da década de 1960, no campo da ciência da comunicação, encontrou laços em diversas universidades e centros de pesquisa do Brasil e em alguns países da América Latina, que estão recuperando a memória da cultura popular. Essa cultura passa a ser vista não apenas como manifestação residual, que corresponde a modos de estruturação da produção material e a formas de organização social em vias de desaparecimento, mas, sobretudo, como canal de comunicação da resistência popular à ação avassaladora da globalização e do consumismo, que vêm impondo alterações fundamentais ao *modus vivendi* em praticamente todos os setores da sociedade.

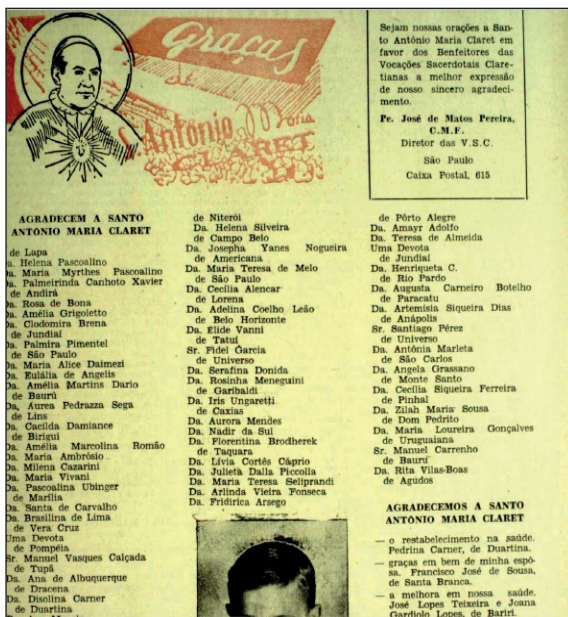
Figura 5 - Agradecimento a Santo Expedito Jornal Diário de Montes Claros na década de 1980



Fonte: Hemeroteca Diário de Montes Claros¹³.

13 Disponível em <http://bdigital.bn.br/acervo-digital/diario-de-montes-claros/829293>. Acesso em: 7 mar. 2024.

Figura 6 - Agradecimentos a Santo Antonio Maria Claret. Revista Ave Maria em 25 de janeiro de 1959



Fonte: Plataforma da Revista Ave Maria¹⁴.

A contribuição de Beltrão aos estudos de comunicação pode ser assim sintetizada:

- Tentativa de sistematizar a produção do discurso jornalístico, tal qual exercitado na “imprensa elitista”;
- Defesa da comunicação popular como resultado da marginalização a que a sociedade política submete a grande maioria dos trabalhadores urbanos e rurais.

O interesse do teórico brasileiro pelas construções culturais do povo teve origem na sua atividade profissional de repórter: a proposta em cobrir fatos cujos protagonistas eram humildes pais de família conduzidos ao crime para dar sustento aos filhos; mulheres abandonadas pelos respectivos grupos sociais, que não tiveram outro recurso senão procurar empregos domésticos e se prostituírem; crianças abandonadas, que aprenderam nas ruas a defender-se contra uma ordem social desumana e destruidora.

Em Beltrão, a sala de milagres destinada à aglomeração ex-votiva e de observadores define a única área espacial dentro do santuário em que as pessoas podem intervir com relativa liberdade, quebrando a unidade semântica sóbria, solene e ordenadora, imposta pelo próprio santuário, opondo-lhe uma infinidade de objetos cuja unidade semântica é precisamente o detalhe e cuja única regra de combinação é a justaposição tipológica.

¹⁴ Disponível em: em <https://revistaavemaria.com.br/banca>. Acessado em: 7 mar. 2024.

Essa composição semântica, além de ser material e espacial, também significa e informa os lugares e as formas pelas quais a disciplina pode ser violada, mas, ao mesmo tempo, destaca e reforça, por simples oposição, os lugares, os espaços e as formas em que o fiel deve respeito ao padroeiro, ou seja, ao mesmo tempo em que quebra o rigor de um museu ou outro *medium*, para divulgar a sua história, há a disciplina dedicada no ambiente que é a “dos milagres”.

O ex-voto é, hoje, um instrumento de comunicação popular, graças a autores como Beltrão, que o apresenta como um elemento popular, mas relacionado a uma prática de produção de mensagens das classes exploradas e marginalizadas, fazendo-as ecoar na sociedade.

Beltrão vê uma relação de solidariedade ou um pressuposto recíproco entre a prática religiosa que culmina no ex-voto e as classes sociais ditas “populares”, o que nos permite compreender o ex-voto em um processo de comunicação popular, e não como simples conteúdo pitoresco, engraçado, sobrenatural, mal redigido ou pouco racional, o que nos permite afastar o objeto ex-votivo de um processo puramente folclórico. Se a rigor tomarmos a etimologia da palavra, o ex-voto estará situado somente no sufixo *Folk*, que significa “gente” ou “povo”, e aí estará ligado ao processo de comunicação como um *medium* popular, o objeto ex-votivo.

No seu livro, Beltrão privilegia certo tipo de expressão popular, sugerindo a existência de um jornalismo marginal que se superpõe à comunicação de atualidades veiculadas pela imprensa escrita, falada, televisada e pelo cinema. Ele descortina a comunicação praticada nas comunidades operárias e camponesas e em certos núcleos da classe média, seja no plano informativo, lúdico ou educativo. O referencial – “jornalismo marginal” – buscado pelo autor para descrever e interpretar tais ocorrências simbólicas é justamente o caráter de exclusão a que são compelidos alguns grupos jornalísticos dentro da sociedade brasileira. Esmagados pela tendência dos *mass media*, disseminados sistematicamente pelos sistemas convencionais de reprodução – escola, família, igreja – e reforçados pelos múltiplos veículos da indústria cultural, os grupos que Beltrão chama de marginalizados esboçam o seu inconformismo e a sua revolta através de canais próprios, utilizando códigos restritos, que funcionam como mecanismos de preservação da sua autonomia dentro da avalanche gerada pelo consumismo.

É possível que esse caráter de resistência cultural e política das classes subalternas através do que Beltrão denomina folkcomunicação não esteja bem explícito, pela natureza descritiva da maioria dos registros incorporados ao desenvolvimento do seu livro. Tal circunstância pode ser atribuída até mesmo às fontes de pesquisa de que dispôs o autor, na maioria dos casos, ele teve acesso a estudos monográficos realizados por sociólogos e antropólogos que observaram os modos de comunicação popular segundo a óptica das classes mais privilegiadas (Melo, 2008).

É inegável que o repertório de manifestações simbólicas das populações oprimidas catalogadas por Beltrão, na tentativa de estabelecer os contornos do sistema da folkcomunicação, constitui terreno propício para que as novas gerações de pesquisadores, saídos das escolas de comunicação, possam retornar ao campo e compreender dialeticamente as contradições que atravessam o discurso das classes trabalhadoras. Se, por um lado, esse discurso contém traços nítidos da ideologia das classes mais favorecidas, as quais dominam os *medium* comunicacionais, por outro lado ele reproduz, de modo explícito, ingênuo ou dissimulado, a consciência possível da espoliação econômica e da submissão cultural a que têm sido condenados vastos contingentes da população brasileira.

Geralmente, estudos de comunicação tendem a tomar como objeto de crítica ou análise os *mass media* (TV, rádio, cinema, imprensa, indústria fonográfica, portais da web). De uma forma ou de outra, eles foram configurados como o principal objeto de estudo de uma (in)disciplina que angustiadamente busca delimitar com exatidão suas próprias fatias da torta da realidade social a partir da qual se deve falar com a população em geral.

Sem passar pela discussão desse tipo de ansiedade compartilhada, tanto por “funcionalistas” quanto pelos “críticos”, apontamos Beltrão, que reencontra a “ciência da comunicação” e se dedica à compreensão dos *mass media*, tomando como base Harold Lasswell (1902-1978), McLuhan (1911-1980) e o contemporâneo sociólogo belga Armand Mattelart. Em outras palavras, os *mass media* são assuntos de pesquisas importantes, que dificilmente podem ser localizados e analisados sem primeiro compreender-se os diferentes processos e práticas diversificadas e a construção e reconstrução contraditórias de sentidos que se podem perceber numa sociedade social e culturalmente desigual como a nossa.

Como uma simples referência ao necessário itinerário teórico para este fim, em nosso olhar, entendemos a comunicação como fator signifiante, senão essencial, para construir o relacionamento com as culturas, as ideologias, as classes sociais e, finalmente, com a estruturação, consolidação, crise e desestruturação de hegemonias em uma sociedade específica.

É por isso que, por um lado, é interessante e, por outro, é inusitado estudar os ex-votos, que pessoas das mais diferentes classes e idades geralmente carregam a santuários para deixá-los como um testemunho de agradecimento por uma graça ou milagre recebido. Tais objetos expõem assuntos que não interessam à sociedade ou não despertam interesse de setores da comunicação. Assuntos, fatos e acontecimentos, individuais ou coletivos, assuntos de famílias, do homem, da mulher e, até mesmo, de animais domésticos, que estão, de certa forma, escondidos da sociedade, mas que, por “vetores populares”, passam a ser divulgados.

Interessante, porque isso nos leva a uma problemática concreta da produção discursiva e objetal, especificamente no campo da comunicação, que tem a ver com culturas desiguais, com a participação de diferentes classes sociais e, sem dúvida, passa

a espreitar, através dos interstícios dos santuários considerados como fontes culturais, no que uma pluralidade de classes é “reconhecida” em significantes comuns, mas com significados diferentes e até mesmo contraditórios. Como fontes culturais, os santuários católicos nos permitem compreender melhor os vários campos de construção/reconstrução cotidiana da legitimidade de poder cultural e de hegemonia.

A partir dos pormenores antropológicos e iconográficos, e com atualização, tomar o ex-voto como objeto de estudo para entender melhor a comunicação numa perspectiva das Ciências Sociais e das disciplinas multidisciplinares, como a memória, a política, a semiótica e a linguística, tem base nas indeterminações e na fuga do preconceito sobre arte e *media*.

Através dos ex-votos ‘corações sangram e com o seu sangue vai sendo escrita a história dos sentimentos do povo nordestino, vítima das secas, dos latifúndios, das doenças e da fome’. O ex-voto, na sua ‘ingênuo exageração de milagres’ é, na verdade, um veículo de linguagem popular, dos seus sentimentos. Agradecimento a Deus e protesto contra os homens do governo, responsáveis pela situação lastimável em que se encontra a maioria do povo brasileiro (Beltrão, 2014, p. 294).

A investigação dos *medium* comunicacionais, dos elementos e da cultura, dos agentes e usuários das modalidades midiáticas e dos efeitos da folkcomunicação é necessária, notadamente em países como o Brasil, de elevado índice de analfabetismo, de má distribuição de rendas e acentuado nível de pobreza e violência de diversas formas, que levam a frequentes crises institucionais e à instabilidade política.

A redução desses males exige a colaboração de todos. Surpreende que se confie a emissão de mensagens quase exclusivamente à comunicação convencional, através dos *mass media*, fora do alcance de imensas porções da audiência como um todo, quando nem mesmo conhecemos bem as formas de comunicação que usamos no dia a dia em nossos diálogos.

No sistema da folkcomunicação, apesar da existência e utilização, em certos casos, de modalidades e canais indiretos e industrializados (como transmissões desportivas pela TV, canções gravadas em *chips* ou mensagens impressas em papel), as manifestações são sobretudo resultado de uma atividade artesanal do agente/comunicador, enquanto o processo de difusão se desenvolve horizontalmente, tendo em conta que os usuários recebem as mensagens através de um intermediário próprio em um dos múltiplos estágios de difusão. A recepção sem esses intermediários só ocorre quando o destinatário domina o código e a técnica, tendo capacidade e possibilidade de usá-lo, por sua vez, em resposta ou na emissão de mensagens originais.

Nesse caminho, podemos compreender a folkcomunicação, por sua natureza e estrutura, como um processo artesanal e horizontal, semelhante essencialmente aos tipos de comunicação interpessoal já que suas mensagens são elaboradas, codificadas e transmitidas em linguagens e canais familiares à audiência (Maciel *et al.*, 2011).

O sistema de comunicação social, como a comunicação de massa, clama por uma infraestrutura industrial, econômica, mercantil bastante cara. Até mesmo em suas manifestações menos aparatosas, como no teatro ou no *show business*, são vultosos os investimentos de capital. Estão, por isso mesmo, praticamente vedadas aos públicos de baixa renda, pois, além de tudo, exigem deste público uma preparação, uma formação específica, uma formação em cada linguagem (Maciel *et al.*, 2011).

Se os *mass media* afetam os diversos públicos, cuja ação social já é sobremodo adequada às ideias indicadas pelas mensagens industrializadas da comunicação de massa, é fácil concluir que ainda menor será sua eficácia junto aos públicos marginalizados, privados do domínio e/ou do acesso aos meios de difusão e às mensagens do sistema. Excluídos do sistema de comunicação social, e não podendo – pela própria condição humana – dispensar o intercâmbio de mensagens culturais, esses públicos integraram outro complexo de procedimentos, modalidades, meios e agentes elaboradores e emissores de mensagens, ao nível de suas vivências, experiências e necessidades. É desse outro sistema que as camadas sociais identificadas como carentes intercambiam elementos de informação, educação, incentivo à melhoria material e, afinal, de entretenimento e sonho adequados às condições socioeconômicas do seu dia a dia.

Luiz Beltrão (1971) dialoga, como mencionamos, com Paul Lazarsfeld (1901-1976), que investigou os tipos de influência interpessoal nas comunicações em uma comunidade e cujas pesquisas culminaram por consolidar o processo denominado “fluxo de comunicação em dois estágios”, ou seja, dos meios aos líderes e destes aos seus amigos mais próximos. O autor brasileiro cria, a partir desse processo, um quadro, em que destaca seis quesitos:

- a. A influência de outras pessoas em decisões específicas tende a ser mais frequente – e certamente mais efetiva – que a dos meios de comunicação de massa;
- b. Influenciadores e influenciados mantêm íntimas relações e, conseqüentemente, tendem a compartilhar as mesmas características de situação social: é muito raro pessoas de alta situação social influenciarem outras de baixa condição, e vice-versa;
- c. Indivíduos intimamente relacionados tendem a ter opiniões e atitudes comuns e relutam em abandonar o consenso do grupo, mesmo que os argumentos dos meios de comunicação de massa lhes pareçam atraentes;
- d. Há especializações na “liderança de opinião” – por exemplo: uma pessoa é influente sobre compras, mas provavelmente não o será quanto à moda;
- e. Embora a influência passe dos mais para os menos interessados, esses últimos devem ter interesse suficiente para serem suscetíveis: não há líderes sem partidários e o partidarismo exige interesse;

- f. Os “líderes de opinião” têm mais tendência a se exporem aos *mass media*, particularmente aos mais relevantes para suas esferas de influências.

Com base nos estudos de Beltrão, notamos que no processo ex-votivo, atrelado ao conceito de Folkcomunicação, o ex-voto está muito além de um mero objeto do mundo rural, dos “iletrados”, da “gente pobre”, da “arte menor” ou de um processo folclórico. Esse objeto ganha a sua repercussão em salas de milagres, e por esse motivo, pode ser visto em museus. Mas, além disso, ele consegue alcançar os *mass media*, fazendo-se presente com os “agradecimentos” nas revistas e nos jornais de grande circulação. E, se tomarmos a ideia desse entrelaçamento de plataformas e formatos, chegaremos até os formatos digitais dos ex-votos, fator inalcançável por Beltrão, devido ao seu limite temporal, porém, em sua época, pôde elucidar uma fonte infocomunicacional que, além da tradição, trouxe narrativas de quem não tem a sua voz nos grandes meios de difusão.

OS LÍDERES NO PROCESSO FOLKCOMUNICACIONAL

A identificação do líder de opinião como agente/comunicador do sistema de folkcomunicação é o ponto de partida da pesquisa de Beltrão. Ela está alicerçada na busca e análise dos agentes e usuários do processo de comunicação, das modalidades e dos feitos da grande corrente paralela de mensagens, que permitirá o conhecimento das expressões do pensamento popular, do intercâmbio de ideias e, afinal, das tentativas de uma convivência, quando não da integração, entre grupos distanciados.

O trabalho de Osvaldo Trigueiro (2011), que reflete sobre a Folkcomunicação e Ativismo midiático, traz importantes conceitos do líder, do ativista, e inclusive trata da aproximação com um dos maiores pensadores da Comunicação Social contemporânea, o colombiano Martín-Barbero (1937-2021). Trigueiro (2011) pondera sobre a pesquisa da comunicação e a necessidade de, em campo e em comunidades, refletir sobre as ruas, os sindicatos, os bairros e as suas representatividades mediáticas que filtram o conteúdo mass mediático para criar as suas soluções de mediação às comunidades. Trigueiro (2011) propõe o percurso do pensamento de Martín-Barbero (1987) quando envolve o mundo globalizado e a cultura popular.

No livro *Dos meios às mediações*, de 1987, o semiólogo, antropólogo e filósofo Jesús Martín-Barbero, analisa como se desenvolveu a perpetuação dos elementos da cultura de massa antes do surgimento dos meios eletrônicos, do mundo globalizado, e defende que, mesmo após a facilidade em acessar a cultura por diversos dispositivos, não há garantia de que quem acessa a compreende e isso modifique a realidade.

Assim, através da comunicação, a mediação entre conteúdo e público tornou-se mais fácil de ser ingerida e consumida – desde a materialidade até a subjetividade. E essa comunicação se deu justamente nessas ferramentas produtoras, representativas e legitimadoras das culturas, tornando possível comunicar e articular memórias culturais que antes ficaram contidas apenas em um ciclo social específico – tanto da burguesia quanto popular.

É seguindo essa noção que, no segundo capítulo, denominado *Do folclore ao popular*, o autor apresenta alguns elementos da cultura de massa utilizados enquanto forma de expressão particular e representativa pela população identificada como “folclórica”, “vulgar” ou “popular”. Uma vez que as demais ferramentas culturais “manipuladas pelas burguesias”, como o teatro, livros, religião e até o ensino, não davam espaço para que essa parcela da sociedade se sentisse incorporada. Assim, desenvolveram seus próprios artifícios, como o cordel, os almanaques e o melodrama teatral – este muito próximo do circo – para manifestarem suas culturas, demandas e sentimentos.

O capítulo é subdividido em três tópicos: “Uma literatura entre o oral e o escrito”, focado em analisar a utilização de dois elementos da escrita: o cordel (na Espanha) e o *colportage*¹⁵ (na França), mostrando como eram utilizados como forma de perpetuar conhecimento, cultura, religião, diversão e informação através da leitura coletiva, partindo de uma linguagem mista, retratados por visões urbanas e camponesas que marcam um povo em sua ampla significação; o segundo tópico é “Uma iconografia para usos plebeus”. Nele, Martín-Barbero mostra que a utilização da imagem esteve muito forte durante os séculos XV e XVI, primordialmente pela igreja, associando a imagem à fé e sua fortificação, todavia, com o passar do tempo, a utilização da imagem ganhou novas perspectivas, como elemento de reafirmação cultural e de reconhecimento identitário pela camada popular; e, por fim, o “Melodrama: o grande espetáculo popular” mostra como a teatralidade, muito própria das finalidades do circo, apresenta-se como dispositivo de expressão das mais diversas maneiras pelos grupos sociais vulgares/populares, principalmente a expressão corporal, uma vez que em certa medida a fala era proibida.

O comunicador num processo folkcomunicacional tem a personalidade característica dos líderes de opinião identificada nos seus pares do sistema de comunicação social, o que, no folkcomunicador, é, talvez, ainda mais aguçado. Sobre esse processo, Luiz Beltrão (1980) destaca seis situações:

- a. *Prestígio na comunidade*, independentemente da posição social ou da situação econômica, graças ao nível de conhecimentos que possui sobre determinado(s) tema(s) e à aguçada percepção dos reflexos de tais temas na vida e nos costumes de sua gente;
- b. *Exposição às mensagens* do sistema de comunicação social, participando da audiência dos meios de massa, mas submetendo os conteúdos ao crivo de ideias, princípios e normas do seu grupo;
- c. *Frequente contato com fontes externas* autorizadas de informação, com as quais discute ou complementa as informações recolhidas;
- d. *Mobilidade*, pondo-se em contato com diferentes grupos, com os quais intercambia conhecimentos e recolhe preciosos subsídios;

¹⁵ Do português “Colportagem”, trata-se da distribuição de publicações, livros e panfletos religiosos por pessoas chamadas “colportores”. O termo não se refere necessariamente a livros religiosos. Fonte: Dicionário On-line de Português. Disponível em : <https://www.dicio.com.br/colportagem/>. Acesso em : 11 mar. 2023.

- e. *Fortes convicções filosóficas*, à base de suas crenças e costumes tradicionais, da cultura do grupo a que pertence, às quais submete ideias e inovações antes de acatá-las e difundi-las, com vistas a alterações que considere benéficas ao procedimento existencial de sua comunidade.
- f. Voltado aos objetos de folk ativismo – conceito que pode ser tratado diante do ex-voto transgressor.

Enquanto no sistema de comunicação social é frequente a coincidência entre os líderes de opinião e as autoridades políticas, científicas, artísticas ou econômicas, na folkcomunicação há maior elasticidade em sua identificação: os líderes agentes/comunicadores desse tipo de comunicação nem sempre são “autoridades” reconhecidas, mas possuem uma espécie de carisma, atraindo ouvintes, leitores, admiradores e seguidores, em geral alcançando a posição de conselheiros ou orientadores da audiência sem uma consciência integral do papel que desempenham, como o são os artistas mexicanos.

Para Beltrão (1980), os líderes não apenas têm consciência de sua posição, como atuam, às vezes, mesmo abusivamente, para mantê-la ou ampliá-la. Conscientemente, num sentido construtivo, desenvolveram e desenvolvem sua capacidade de liderança como padres pregadores, como exemplo citamos: Padre Cícero e frei Damião, cantadores e violeiros, poetas-folhetistas e glosadores, compositores populares, como Luiz Gonzaga, o “rei do baião”, sambistas dos morros cariocas, jornalistas e radialistas das rádios comunitárias de bairros ou até mesmo das proibidas “rádios piratas”. Às vezes, tais folkcomunicadores exploram a credulidade pública e seu espírito de luta, como ocorre no caso dos falsos religiosos, médiuns, videntes e beatos e com a enorme legião de demagogos políticos, que substituíram, em postos de mando municipais, os “coronéis”, cuja atuação sociopolítica foi vastamente retratada na ficção e estudada pela história e pela sociologia, além de bastante explorada pelo cinema e, até mesmo, pelas telenovelas.

Na concepção da folkcomunicação, a ascensão à liderança está intimamente ligada à credibilidade que o agente/comunicador adquire no seu ambiente e à habilidade em codificar a mensagem ao nível de entendimento de sua audiência. Tal habilidade mostra-se bastante decisiva em nações como o Brasil, que mantém uma estrutura social discriminatória, e se concretiza notadamente entre populações das zonas rurais, comunidades marginalizadas dos meios urbanos e até mesmo entre trabalhadores ou subempregados.

Quando se pretende transmitir uma mensagem a esses indivíduos e, especialmente, quando o conteúdo insere novo sistema de valores e conceitos, como no caso de campanhas que buscam mudanças, é preciso “traduzir-lhes” a ideia, adequando-a aos esquemas habituais de valoração dos destinatários. O líder-comunicador *folk* é um trabalhador que sabe não somente encontrar palavras, como argumentos, que sensibilizam as formas pré-lógicas. Segundo Lévy-Bruhl (2008), Bastide (2011), Malinowski (1976) e outros cientistas sociais, essas formas caracterizam o pensamento e ditam o conteúdo do grupo, com a

possibilidade de compreensão e noção de “grupos tribais”, “subalternos”, de “classes”, “marginais”, “marginalizados”, estudados, conceituados assim entre as décadas de 1960 e 1970.

A expressão “marginal” surge, na literatura científica, pela primeira vez em 1928, em um artigo de Robert Park sobre as migrações humanas, publicado no *American Journal of Sociology*. O migrante é definido por Park (1928) como um “híbrido cultural”, um “marginal”, que, embora compartilhe da vida e das tradições culturais de dois povos distintos, “jamais se decide a romper, mesmo que lhe fosse permitido, com seu passado e suas tradições, e nunca (é) aceito completamente, por causa do preconceito racial, na nova sociedade em que procura encontrar um lugar” (PARK, 1928, p. 886). O autor se refere à situação do migrante estrangeiro; contudo, tanto a essência das características grifadas (oposição à mudança/preconceito) como a tipificação a seguir coincidem com nosso objeto de estudo: “É um indivíduo à margem de duas culturas e de duas sociedades que nunca se interpenetraram e fundiram totalmente” (Park, 1928, p. 889). Ainda sobre esse tema, o autor afirma:

Quase todas as comunidades, mesmo aquelas que ficam à margem do desenvolvimento econômico, urbano e tecnológico, encontram meios alternativos para divulgar informações e expressar sua arte, preenchendo as funções dos meios de Comunicação tradicionais. Essas manifestações incluem, entre outras, cantorias, literatura de cordel, ex-votos e folguedos como o bumba-meu-boi e o mamulengo (Folkcomunicação – a mídia dos excluídos, 2007, p. 5).

O termo ganhou significado pejorativo e passou a ser empregado para indivíduo considerado elemento perigoso, ligado ao mundo do crime, o fora-da-lei, vagabundo, violento, homem ou mulher que vive da bebida, dos tóxicos. Segundo Perlman (2005), o termo foi aplicado “aos pobres em geral, desempregados, migrantes, membros de outras subculturas, minorias raciais e étnicas e transviados de qualquer espécie” (Perlman, 2005, p. 48). A mesma autora esclarece que, entre os pontos importantes do surgimento e caracterização da marginalidade e que nos interessa particularmente, está a influência da invasão do exterior, como ocorreu na América Latina, onde “o processo de colonização implicou não apenas conquista e invasão, mas contato cultural e manipulação diária da população indígena” (Perlman, 2005, p. 50), o que colocou as culturas existentes numa situação marginal.

O fenômeno da marginalidade caracterizou-se após a revolução burguesa e sua ideologia e agravou-se com a Revolução Industrial, geradora conceptual e formal da sociedade de massa. As camadas superiores – a elite do poder econômico e político –, que estabelecem os níveis de civilização e as metas de desenvolvimento, inclusive sociocultural, se contrapõem a indivíduos e grupos sem condições (ou a quem sempre são negadas condições) de alcançá-los, em decorrência da pobreza, das culturas tradicionais, do isolacionismo geográfico, rural ou urbano, do baixo nível de escolaridade ou do inconformismo ativo e consciente com a filosofia ou a estrutura social dominante.

Do levantamento e análise dessas condições, a que vimos dedicando nossos estudos, resultou a tese sobre o ex-voto como elemento/*medium*, que desgarras de uma marginalidade e traz ao público a mensagem e a informação do homem e da mulher que não se destacam ou que não possuem um canal nos *mass media*. E a identificação e classificação da tipologia denominada “*transgressora*”, através da qual podem ser agregados os excluídos, marginalizados (e não marginais, expressão que evitamos para afastar sua conotação negativa), não só dos sistemas político e econômico, mas também da comunicação social. Os ex-votos estão vinculados a agentes instalados numa *marginalidade* declarada pelo sistema, a exemplo dos presidiários e das pessoas “em situação de rua”, prostitutas e desempregados¹⁶. Há também os ex-votos criados livremente – sem a proposta da desobriga – por artistas (*retableros*) mexicanos que formalizam críticas à sociedade, à política e à economia, com personagens discriminados e “marginalizados”. Ainda no tocante aos ex-votos transgressores, estão incluídos na temática dos “marginalizados” agentes da sociedade que, de alguma forma, sublevaram sistemas para conquistar a sua alteridade, a exemplo da mulher, que se exalta contra o patriarcalismo ou machismo, ou a mulher que conquista posições sociopolíticas e econômicas até então vistas como somente masculinas.

Subsumindo à tese que formula a teoria da folkcomunicação, Beltrão (1980) destaca, no seu modelo de pesquisa, três grupos considerados marginalizados, para revelar a folkcomunicação como forma, também, de sublevar os processos comunicacionais dos *mass media*:

- a. Os *grupos rurais marginalizados*, sobretudo devido ao seu isolamento geográfico, sua penúria econômica e pouca escolarização;
- b. Os *grupos urbanos marginalizados*, compostos de indivíduos constituídos das classes subalternas, desassistidas e com mínimas condições de acesso;
- c. Os *grupos culturalmente marginalizados, urbanos ou rurais*, que representam contingentes de contestação aos princípios, à moral ou à estrutura social vigente.

Na folkcomunicação, cada ambiente gera o próprio vocabulário e a própria sintaxe, e cada agente comunicador emprega o canal que tem à mão e melhor sabe operar, de modo que seu público veja refletido na mensagem o seu modo de vida, suas necessidades e aspirações. O enquadramento de qualquer parcela da comunidade em um desses grupos depende, *a priori*, de uma pesquisa das linguagens específicas utilizadas pelos indivíduos que os compõem e dos meios de expressão por eles utilizados.

Enquanto os *mass media* são dirigidos à comunidade mais ampla, a folkcomunicação se destina a classes, grupos e setores mais restritos na difusão midiática, com o uso de

¹⁶ Quanto usamos o termo *marginais*, fazemos referência às pessoas à margem do sistema político e econômico e discriminadas por setores da sociedade.

palavras, signos gráficos, gestos, atitudes, linhas e formas que mantêm relações muito tênues com o idioma, a escrita, a dança, os rituais, as artes plásticas, o trabalho e o lazer, com a conduta, enfim, das classes menos privilegiadas da sociedade.

O sistema *folk* que apresentamos contém, histórica e artisticamente, traços da universalidade que advém da Antiguidade, momento em que a cultura ex-votiva criou raízes, tronco e ramos profundamente arraigados na natureza politeísta. Isso permite manifestações levadas a diferentes matizes religiosas e que, independentemente de raça, atitude, gênero e posição social, *mediam* a comunicação do ser humano com um ente superior, o sobrenatural.