

## De Portugal às Américas: a tradição ex-votiva

José Cláudio Alves de Oliveira<sup>1</sup>

### Resumo:

O presente trabalho reserva-se à apresentação do ex-voto, objeto colocado, através do ato da desobriga, em santuários católicos, em específico, nas salas de milagres. Aqui, um recorte das produções do Projeto Ex-votos do Brasil: etapa museus, vinculado ao CNPq, que incursionou em museus e salas de milagres de 17 Estados brasileiros, e em algumas regiões de Portugal, espaços consagrados ao patrimônio cultural, que trazem, dentre suas riquezas, a natureza testemunhal da fé, e que apresentam histórias de vidas, retratadas em suportes pictóricos, fotográficos, bilhetes, esculturas, objetos orgânicos e objetos industrializados, apresentando situações individuais e coletivas que refletem em valores econômicos, sociais, educacionais, da saúde, do medo, do prazer, da felicidade, da tristeza, enfim, situações que, além de especificar a natureza do indivíduo enaltece a memória social local, regional e nacional, que no Brasil adveio de Portugal, e que hoje se mostra uma contínua e rica tradição.

**Palavras-chave:** Ex-votos, religiosidade, patrimônio cultural, lusofonia.

### Abstract:

This paper reserves to show the ex-voto, object placed by the religiousness act in Catholic sanctuary, in particular, in the halls of miracles. Here, an excerpt Productions Project Ex-votos from Brazil: Step museums, linked to CNPq, which reached in museums and the halls of miracles of 17 Brazilian states, and in some regions of Portugal, spaces devoted to heritage worship which bring, among its riches, the testimonial

---

<sup>1</sup> Professor Assistente II do Departamento de Museologia da Universidade Federal da Bahia – UFBA. claudius@ufba.br

nature of faith, and present stories of lives portrayed in media pictorial, photographic, tickets, sculptures, objects, organic and industrial objects, presenting situations that reflect individual and collective values in economic, social, educational, the health, fear, pleasure, happiness, sadness, short, situations that, in addition to specifying the nature of the individual enhances social memory local, regional and national levels, which stemmed from Portugal in Brazil, which today shows a continuous and rich tradition.

**Keywords:** Ex-votos, religiosity, cultural patrimony, lusofony.

## **O ex-voto**

O ex-voto é considerado um testemunho colocado através da desobriga em salas de milagres de igrejas e santuários católicos, em formas variadas de bilhetes, esculturas, quadros pictóricos, fotografias, mechas de cabelo, CDs, DVDs, monóculos, enfim uma infinidade de objetos que encontrados em sala de milagres, cruzeiros, cemitérios e museus.

Um dos mais famosos dicionários da língua portuguesa encontra-se a seguinte definição: “Quadro, imagem, inscrição ou órgão de cera ou madeira etc., que se oferece e se expõe numa igreja ou numa capela em comemoração a um voto ou promessa cumpridos”. (Ferreira apud Oliveira, 2009).

As enciclopédias nacionais brasileiras seguem a mesma linha definidora do dicionário, ao conceituarem o ex-voto como quadro ou objeto suspenso em lugar santo, em cumprimento de promessa ou de memória de graça obtida. Ou ainda definindo-o como expressão de culto que quase sempre assume forma retributiva, concretizada na oferta de elementos materiais, em agradecimento de qualquer intervenção miraculosa ou graça recebida. (Ferreira, apud Oliveira, 2009)

Esculápio, médico na Antiguidade, na Grécia, recebia daqueles a quem curava, a reprodução do braço, perna ou cabeça do doente. Objetos que traziam em suas formas os traços, as marcas e os sinais, artisticamente detalhados, dos males ocorridos nas referidas partes do corpo. Esse costume se generalizou a partir

dos gregos, tomando conta, por volta de 2000 a.C., de grande parte do Mediterrâneo, em locais sagrados, santuários, onde os crentes pagavam suas promessas aos seus deuses. Os santuários de Delos, Delfos e Epidauro, na Grécia, notabilizaram-se pela quantidade e qualidade das ofertas recebidas. (Ferreira apud Oliveira, 2009)

Hoje, no mundo, os pequenos e grandes santuários católicos apresentam acervos efêmeros em suas salas de milagres. Objetos que ficam por pouco tempo nas salas. Objetos que vão para museus, e outros que simplesmente somem por algum tipo de descarte. Salas famosas como as de Nossa Senhora Aparecida, no Brasil, Lourdes, na França, Cartago, na Costa Rica e outras, apresentam a riqueza tipológica desses objetos, acompanhada por acervos musealizados, como em Guadalupe, no México, Fátima, em Portugal e Aparecida, no Brasil.

Os objetos ex-votivos, em sua diversificada tipologia, primam-se de riqueza e se encontram multidisciplinarmente, passíveis de estudos em diversas ciências: são testemunhos históricos, fontes artísticas, *media* da cultura popular, fonte de literatura, da religiosidade católica; *media* que atesta variados valores do homem, e que, por divulgarem mensagens, mostram-se em múltiplas linguagens, desafios para as ciências das letras, da comunicação e da informação.

São quase que infinitos os tipos de ex-votos conhecidos, condicionando-se o maior número de determinado modelo ao próprio meio geográfico, embora isso não seja determinante, pois encontraremos modelos nordestinos na região Sul do Brasil, como podemos notar no Centro-Oeste também uma tipologia encontrada no Norte e Sul. A similitude entre Brasil e Portugal. Há diacronia nessas regiões, como também um grande distanciamento na tipologia encontrada nos EUA.

Claro que estéticas serão predominantes em vários locais, mas os modelos se dissipam por regiões afora e além das terras brasileiras, da América do Norte e Central. Toda essa aproximação e riqueza tipológica demonstram a expansão das romarias e peregrinações no mundo católico, que traz essa tradição milenar, e

que os portugueses trouxeram para terras brasileiras no século XVII.

### **Sociedade e tradição**

Peregrinações, romarias, turismo ou simplesmente ir com fé, são os canais que fomentam a tradição ex-votiva. Um fator que advém da cultura do período romano antigo, e que o mundo ibérico assumiu e difundiu com a fé católica.

Romaria é uma viagem ou peregrinação religiosa, especialmente a que se faz por devoção a um santuário, embora romaria não seja privilégio apenas da religiosidade. Pode ser também uma festa popular de arraial que, com danças, comezainas etc., se celebra em local próximo a alguma ermida ou santuário no dia da festividade. E grande número de gente aflui a um lugar, enfim, uma multidão.

Assim, as definições de romaria, em sua maioria, têm o sentido religioso, para a crença e para uma riqueza cultural, pois há uma convergência de elementos – de interesses folclórico, artístico, histórico e etnográficos, como os cantos, as danças, a indumentária, os alimentos, as cores etc.

Reminiscências de velhos costumes exteriorizam-se no clima propício das romarias que vieram, por tradição, trazidas de Portugal para o Brasil a partir do século XVII. Os romeiros ofereciam objetos aos santos, rezavam e cantavam para eles, faziam a desobriga de ex-votos no cumprimento de suas promessas e no pedido de uma graça.

Hoje, os principais centros de romarias, no Brasil, são: Nossa Senhora de Nazaré, em Belém do Pará; São Francisco de Canindé, em Canindé no Ceará; Juazeiro do Norte, no Ceará; Santuário do Nosso Senhor do Bomfim, em Salvador na Bahia; Bom Jesus da Lapa, também na Bahia; e Nossa Senhora Aparecida, Padroeira do Brasil, em Aparecida do Norte, no estado de São Paulo.

Em Portugal, a concentração das maiores romarias está nas regiões dos distritos de Aveiro, Beja, Braga e Bragança, e que

culmina com o seu maior centro de peregrinação e romarias: Fátima.

Milhares de peregrinos se dirigem anualmente a esses santuários, crentes de que esses espaços sagrados são os locais propícios para o pedido e o pagamento das promessas. Crença de que é no santuário que o milagre pode se concretizar.

A romaria não tem data específica para os diversos e milhares de crentes. Ela pode acontecer a qualquer dia, a qualquer momento. O que é específico é a data da festa do santuário ou do padroeiro.

As romarias aumentam de número e são organizadas em abundância. Inclusive, além das organizadas por pessoas que contratam caminhões para seu transporte em longas distâncias, muitas são promessas que donos de caminhões fizeram com o intuito de levarromeiros aos santuários, o que pode ser constatado pelas centenas de veículos que se dirigem para os centros de romarias.

São esses movimentos, seja de pequenos grupos, seja marcados por grandes grupos, que ajudam no crescimento tipológico dos ex-votos nas salas de milagres ou em lugares esparsos, como em Fátima, Portugal, onde as pessoas depositam os seus objetos com o propósito da fé, mas que efetivamente enriquecem e mantem a tradição ex-votiva.

### **Arte e tradição**

As pinturas ex-votivas, em telas, tábuas ou papel, são as primeiras formas de ex-votos tradicionais a serem analisadas por pesquisadores, principalmente pelo seu caráter documental – rica mídia –, que se projeta como importante testemunho de seu tempo. Seu aspecto narrativo estimula o espectador a descobrir não só conotações religiosas subjetivas, mas também a realidade de um tempo e um espaço específico seja no meio rural ou urbano, em qualquer tempo, desde que projetem os acontecimentos.

O ex-voto pictórico, marco tradicional dos ex-votos, hoje pouco trabalhado no Brasil, largamente produzido no México, Itália

e Portugal, traz em sua mensagem a escrita e a imagem encenativa, que conta uma história, e se mostra um forte veículo de emoções. O discurso que aparece nas tábuas e telas ex-votivas, ainda produzidas em Évora (PT) e Matosinhos (BR), dentro de seus elementos constitutivos, pertence ao alfabeto de uma escrita implícita, na qual a história narrada é a sintaxe.

Como explica Prampolini (1983), referindo-se ao que Frida Kahlo toma dos ex-votos:

Frida recoge del alma popular del exvoto [...] la sinceridad, el infantilismo de las formas y la realización de una verdad dicha de tal manera que parece encerrar una mentira, porque no hay limites que demarquen el mundo de lo real [...] y el mundo de la invención... (p. 37)

No ex-voto está expressa uma verdade subjetiva que parece mentira aos olhos incrédulos ou “cultos”, e é tão real o acontecimento como a intervenção “extraterrestre” (no sentido espiritual) que se torna possível no milagre. (Prampolini, 1983, p. 47)

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

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

O texto oferece um comentário sobre o sucesso representado e em geral é curto e bastante objetivo. Ao mesmo

tempo, as palavras são usadas como recurso prático da composição, para tecer uma informação mais precisa do fato ocorrido, do nome do padroeiro, da enfermidade, do estado do convalescido, a depender do caso.

Outras características marcantes que sobressaem na maioria das tábuas e telas ex-votivas são a ortografia, a fonética e o uso de termos da linguagem coloquial que deixam em evidência o nível cultural do “pagador da promessa” ou até mesmo do “riscador de milagres”. As legendas são redigidas em geral na terceira pessoa, com sintaxes nem sempre claras, num vocabulário popular e sem ortografia apurada, mas é importante assinalar que tudo isso mostra a espontaneidade, e provoca a simpatia de quem contempla os ex-votos pictóricos. Além do mais, como defende Luhmann, mostra que, no universo comunicacional dos ex-votos, a gramática “errada” traz a compreensão no observador. (Luhmann apud Oliveira, 2007)

Por outro lado, cabe assinalar uma preocupação pela caligrafia em que a maioria dos ex-votos pictóricos apresenta. O predomínio do verbo “invocar”, sempre em menção ao milagre que fez tal santo após fulano ter invocado o pedido àquele padroeiro em um difícil momento.

Nos espaços pictóricos dos ex-votos há simultaneidade em dois caminhos: o da vida diária do crente e o sobrenatural da imagem divina, o qual oferece uma ampla gama de possibilidade à fantasia do artista (riscador de milagres) que tece a obra a partir da narrativa do crente. O mesmo acontece com as cartas ex-votivas, de pessoas que ditam para a pessoa que sabe escrever, fatores ainda recorrentes em diversos cantos do Brasil, México, Costa Rica e Honduras.

Os ex-votos possuem uma iconografia e simbologia próprias. A presença da divindade é um dos elementos definitivos do ex-voto, pois rompe com os fatos visíveis do mundo e “estabelece a realidade de todos os demais elementos integrados à pintura, proporcionando significação e movimento”. (Prampolini, 1983, p. 58)

Em geral as imagens sagradas estão suspensas por conjuntos de nuvens na parte superior para realçar o feito sobrenatural. Em alguns momentos, trata da hierarquia, quando figuras de maior importância ganham mais destaques.

O estudioso desse assunto poderá perceber arranjo entre espaço, ambiente, luz e movimento na cena. No entanto, poderá compreender que o impulso da técnica objetiva tratar de um mundo de esperança onde é possível o milagre. Precisamente por isso situa elementos heterogêneos do mundo da invenção e do símbolo, mas distante do tempo cronológico e do espaço natural.

Tudo (des)enquadrado com as mãos da cultura popular, do riscador de milagres que enriquece a comunicação social, a história da arte, as letras, a semiótica, a história, e substâncias particulares do tempo, como a moda, os objetos utilizados no tempo, o mobiliário.

O espaço pictórico do ex-voto tende a distorção, como se a encenação e sua ação estivessem a ponto de englobar o espectador. Em alguns exemplos as figuras invadem a paisagem ou certos interiores, formando um desenho uniforme. Sem dúvida, as pinturas ex-votivas mostram um momento que busca enfatizar certo expressionismo das pinceladas: linhas palpantes e aplicação de fortes cores justapostas.

Assim, o ex-voto – pictórico e escrito – cobra um forte caráter de dramatismo e logra nos espectadores um grande número de emoções e, conseqüentemente, são impulsionados a participarem da narração intimista do sucesso.

### **Da iconografia à cultura**

Mesmo sendo denominada de “método”, a iconografia é também entendida como o estudo das formas, da volumetria, dimensão, história e tipologia dos objetos imagéticos e tridimensionais.

Dela, teoricamente advinda de Panofsky (1976), surge a iconologia, que tem como campo específico de estudo a interpretação dos valores simbólicos de uma composição, seja ela



um quadro pictórico, uma fotografia, uma escultura, uma cadeira de rodas por assim dizer.

Para Panofsky, o iconológico é o sentido da essência, ou seja, a interpretação iconológica vai além do estudo da forma, da descrição.

O objeto da iconologia é representado por princípios que revelam a atitude fundamental de uma nação, de um período, uma classe, uma concepção religiosa ou filosófica, inconsciente ou conscientemente produzida. A iconologia, ao contrário da iconografia, está preocupada com o conteúdo, a essência, a filosofia da imagem produzida.

Como base do estudo iconológico, será levada em conta a tese de Erwin Panofsky, que propõe a análise minuciosa desta matéria que elucida questões da iconografia e iconologia, e vê a arte em movimento junto à sociedade, o que possibilita compreender os aspectos sociais que refletem nos ex-votos.

Assim, a iconologia vem a ser uma base teórica relevante para o estudo das mentalidades coletivas, por elucidar mensagens cujos códigos estão além do descritivo e formal, do escrito e verbal. A iconologia vai além do estudo das datas, origens e autenticidade – que são momentos iconográficos –, para trazer a essência da mensagem, seu caráter intrínseco e psicológico.

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

Deste modo, a decodificação dos signos para elucidar as mensagens e histórias de vida será feita a partir da semântica, ramo da semiótica que estuda os significados, que decodifica uma mensagem a partir dos signos. (Eco, 1991)

Umberto Eco escreveu um livro inteiro sobre o signo e nele apresenta várias noções distintas.

Não há necessidade de expor todas, mas apenas algumas que se aproximam do tema Ex-voto: "Imperfeições, indício, sinal manifesto a partir do qual se podem tirar conclusões e similares a respeito de qualquer coisa latente. [...] Qualquer processo visual que reproduza objetos concretos, como o desenho de um animal para comunicar o objeto ou o conceito correspondente". (Eco, 1977, p. 15-16)

A semiologia estuda os signos, passíveis de serem visualizados em suas infinitas formas, com o auxílio, evidente, de estudos interdisciplinares. E, a partir dos dois dados de Eco, pode-se remeter ao ex-voto a questão sógnica e simbólica. Isso implica, inclusive, na perspectiva do objeto enquanto testemunho, pois a semiologia permite ler, desvendar o aspecto signológico dos objetos que trazem indícios de fatos, acontecimentos e narrativas.

Assim, o ex-voto, nas formas escrita, artística – em bi e tridimensão –, como miniaturas de casas colocadas nas “salas de milagres”, muletas (símbolo da enfermidade ou desenfermidade), enfim uma infinidade de objetos passíveis de serem analisados e interpretados, um mundo em que a percepção visual e tátil reserva para a decodificação-explicação da comunicação entre o crente e a divindade. (Figuras 1 e 2)



Figura 1. Maquetes de Ex-votos em Bom Jesus da Lapa (BR).

Figura 2. Ex-votos em parafina, Fátima (PT)

A própria expressão “sala de milagres” conduz o pensamento a “promessas” e essas a “pernas esculpidas”, embora hoje os aparelhos telefônicos, computares, rádios, violões chaves e uma quase infinita tipologia que foge do estereótipo.

A profusão de elementos em uma "sala de milagres" proporciona uma codificação maior dos signos votivos (Figura 3). Desse modo, o ex-voto se dinamiza em sua tipologia. Para o cientista, o ex-voto não é apenas um elemento de arte e promessa, é também um testemunho, uma mídia (de várias formas) que equivale aos registros e divulgações das “graças” alcançadas, implicando nesse contexto as diversas formas específicas de almejar e de comunicar no “espaço dos milagres”.



Figura 3. Profusão de ex-votos, com variação tipológica. Sala de Milagres de Nossa Senhora Aparecida, SP.

Cabe também indagar e colocar o problema da práxis da teoria. Eco (1977, p. 24), afirma que a "semiótica não é somente uma teoria, deve ser também uma forma de práxis". O assunto cresce de interesse – estendido por Bauman (2012), com a contextualização semiologia e cultura – ao se considerar a importância assumida pelos meios de comunicação de massa da atualidade. E cresce também quando o cientista sabe que umromeiro ou peregrino cria e possui códigos para testemunhar a sua "promessa", numa articulação que faz fluir a comunicação e a

cultura, quando podemos notar que o funcionamento da cultura é inseparável da comunicação, como bem afirma Santaella (1992):

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

Para Santaella (1992, p. 13) não há separação entre cultura e comunicação, já que há uma produção cultural de formas midiáticas que servem de veículos comunicacionais que tornam a comunicabilidade uma práxis. O que confirma as relações interpessoais, interculturais, portanto intercambiais formadoras de uma fusão natural e “inextricável” (sic) entre comunicação e cultura.

A autora, assim como Bauman (2012) e Thompson (2008), ao revelar a impossível separação entre cultura e comunicação, ressaltando a semiótica apta a desempenhar um papel fundamental no estudo dos meios de comunicação ou aquilo que “preferimos [...] chamar de mídias” (Santaella, 1992, p. 13) nos berços populares e de massa, atenta-se para a universalização, apropriação e particularismos dos signos, quando se ocultam numa intimidade quase que inalcançável pela iconologia e semiótica.

É fácil perceber, também, que a arte não poderia escapar das considerações dos estudos culturais, uma vez que ela pertence ao domínio da cultura em geral. Na linguagem vulgar, e até mesmo filosófica, ela é tomada, por vezes, como sinônimo de cultura; considerada quase como a mais cultural das atividades culturais. É nesse processo que se pode perceber comunicação, bem afirmada Navarro (2003): “A ‘comunicação’, podemos definir, envolve sistemas e práticas sócio-culturais, cognitivos, econômicos e

políticos, e dimensões psicológicas, biológicas e físicas participam necessariamente.” (p. 36)

Em complemento, Duarte (2003, p. 40), ao trabalhar a etimologia e a epistemologia da comunicação, destaca que “torna-se objeto da comunicação o fenômeno do encontro de planos cognitivos que pela percepção do outro são arrastados para uma fronteira criativa de novas formas cognitivas”, em cujo processo está a construção de valores e símbolos.

Para Langer (1971), a produção simbólica é um caminho potente no amplo que gira em torno à semiologia. Por produção simbólica, entende-se a produtividade coletiva de cada sociedade como forma de construção e encaminhamento do seu *modus vivendi*.

A autora parte do postulado de uma necessidade simbólica presente no homem, e diz que “a função de fazer símbolos é uma das atividades primárias do ser humano [...]” da mesma forma comer, olhar e mover-se de um lado para outro. “É o processo fundamental do pensamento, mas um ato essencial ao pensamento e anterior a ele”. (Langer, 1971, p. 51)

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

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

(crenças v.g.) – e engloba, inclusive, a definição de praxes e normas que tem semelhantes esquemas por fundamentar.

Vemos, então, a força que tem a arte (pela carga simbólica que traz em seu bojo) em representar os elementos significativos de uma dada sociedade. O trabalho, e a constante produção-reprodução de símbolos que retratam e desenvolvem o *modus vivendi*, a crença e as atitudes são pertinentes a uma comunidade e constituem uma constante essência da produção cultural, que desemboca conseqüentemente na identidade cultural, tornando vivo o referencial significante da civilização.

Civilização que se encontra em constantes mudanças. Mutações por demais recorrentes em salas de milagres. Se em algumas localidades há a manutenção de formatos, em outros há a velocidade.

Tal fator pode ser baseado no que Bauman (2005) denomina de “modernidade líquida”, onde objetos, modos e modas, ritmos e até o amor, são passageiros, construídos e dissolvidos numa ótica que revela o descartável ou o efêmero.

Os líquidos, diferentemente dos sólidos, não mantêm sua forma com facilidade... Enquanto os sólidos têm dimensões especiais claras, mas neutralizam o impacto e, portanto, diminuem a significação do tempo (resistem efetivamente a seu fluxo ou tornam irrelevante), os fluidos não se aтем muito a qualquer forma e estão constantemente prontos (e propensos) a muda-la. (Bauman, 2005, p. 8)

É de grande importância ter um pensador hodierno implicado no objeto que aqui se questiona e se investe cientificamente, mas vele ressaltar que, embora Bauman sugira que o tempo esteja “[...] engolindo o próprio tempo, pois apenas o presente interessa. O agora (presente) descarta o antes (passado) e o depois (futuro) numa clara negação de referencialidade com a história [...]” (Bauman, 2005, p. 11), é necessário dizer que o ex-voto mantém o referencial histórico em cinco vertentes:

- A tradição;
- O pagamento de uma promessa feita há um tempo;
- A tradição do próprio pagamento da promessa numa grande porcentagem de pessoas;
  - As narrativas nos ex-votos escritos (bilhetes, cartas e verbetes em pinturas), contando histórias e estórias;
  - As imagens.

Além das tradicionais pictóricas, as fontes em VHS, DVD, desenhos e fotos.

### **Escrita versus imagens no mundo ex-votivo**

Para Luhmann (1992), podemos ir além da afirmação “banal” do comunicar-se questionando as vantagens ou funções de tal reflexividade. Isso porque a comunicação pressupõe (“sempre”) (sic) uma situação de dupla contingência. Através dos processos comunicativos do senso comum, ou seja, populares, as opções de um indivíduo são transmitidas a outro. Quando entendidas, essas opções podem ser aceitas ou rejeitadas. E só por isso (e porque todos os parceiros comunicantes estão conscientes disso e podem comunicar sobre o mesmo) que os interlocutores também podem, e devem ser capazes, de comunicar sobre comunicação quando se torna necessário.

Esse é o reflexo mais claro de uma sala de milagres, oposta a um museu de ex-votos. Na sala, as pessoas já percebem que a mídia ex-voto irá “intermediar” o acontecimento com o padroeiro, que levará a Deus o recado. E, ao mesmo tempo, esse crente, que inicia todo o processo, perceberá que, naquele espaço dos milagres, centenas, milhares, de observadores testemunharão o seu feito, o ocorrido com ele, o milagre.

O ex-voto de Antonia Gomes Rodrigues, em Canindé, CE, ilustra bem essa questão (Figura 4), quando ela conclama os “leitores” a conhecerem a sua trajetória. O texto é claro, num português com poucas falhas gramaticais, datilografado e, ainda, com a sua foto 3X4 colada ao lado. No seu pequeno discurso, a

narrativa dos fatos, o antes e o depois, a doença e a cura, e o percurso que teve, com o sacrifício, e acompanhamento das filhas menores, para chegar ao ambiente consagrador dos milagres.

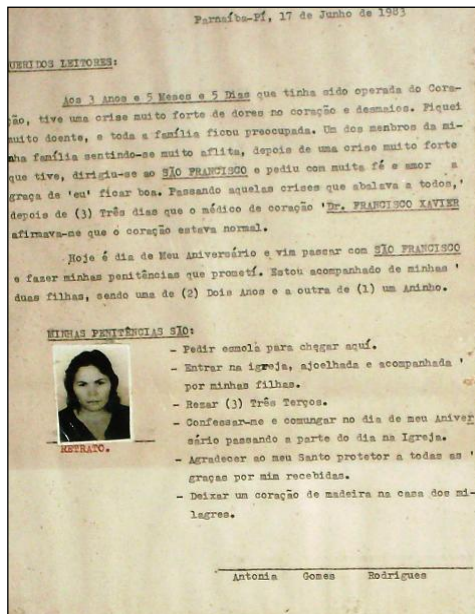


Figura 4. Ex-votos da Sr.ª. Antônia. Canindé, Ceará, Brasil

Em outras palavras, é cabível aqui, também, uma teoria adequada ao sentido e estrutura do comportamento comunicativo, que deve incorporar conceitos autorreferenciais. Além do mais, tal como na teoria dos sistemas, defendida por Luhmann (1992), não se trata de um fato entre outros de um assunto opcional que poderia ser facilmente ignorado, mas de algo que ganha destaque, entre milhares de observadores, por ser seu, e pelo ex-voto ter um significado num processo que está trazendo o caso, único, do crente que pagou a promessa e tem um caso singular a relatar entre tantos outros num mesmo ambiente.

Nesse sentido, não há uma preocupação com a relação de um sistema com o seu ambiente a par de numerosas outras



estruturas e processos. A liberdade diante da profusão dos ex-votos numa sala de milagres não interessa somente pela tradição que ali existe, nem naquela forma própria de enviar uma mensagem ao santo. O interesse está em perceber que há um ambiente possível para falar com Deus e demonstrar a sua razão de ser a observadores. O que consagra um sistema de comunicação mais democrático, digamos, em que todos lerão todos, e todos interrogarão muitos, principalmente quando as mensagens forem ocultas, improváveis de decifrar.

## Referências

- Agraz, E. L. & Beltran, M. (1996). *Dones y Promesas: Exvotos Mexicanos*. Mexico: Fundación Televisa.
- Bauman, Z. (2005). *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Bauman, Z. (2012). *Ensaio sobre o conceito de cultura*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Beltrão, L. (2004). *Folkcomunicação: teoria e metodologia*. São Bernardo do Campo: UMESP.
- Brenner, A. (1929). *Idols behind altars*. New York: Payson and Clarke.
- Duarte, E. (2003). Por uma epistemologia da Comunicação. In: M. I. V. de Lopes. *Epistemologia da Comunicação*. (p. 41-67). São Paulo: Edições Loyola.
- Eco, U. (1977). *O Signo*. Lisboa: Progresso.
- Eco, U. (1991). *Estrutura ausente: introdução à pesquisa semiológica*. (3ª ed.). São Paulo: Perspectiva.
- FERREIRA, A. B. H.. (1999) *Novo Aurélio século XXI*. 3ª ed. São Paulo: Nova Fronteira,
- Langer, S. (1971). *Filosofia em nova chave*. São Paulo: Perspectiva.
- Luhmann, N. (1992). Teoria dos sistemas, teoria evolucionista e teoria da comunicação. In: N. Luhmann. *A improbabilidade da comunicação*. (p. 96-126). Lisboa: Vega.
- Navarro, R. F. (2003). La producción social de sentido sobre la producción social de sentido: hacia la construcción de un marco

- epistemológico para los estudios de la comunicación. In: M. I. V. de Lopes. (Org.). *Epistemologia da Comunicação*. (p. 15-40). São Paulo: Edições Loyola.
- Oliveira, J. C. A de. (2007) Semiologia dos ex-votos na Bahia: Arte, Simbolismo e Comunicação Religiosa. Revista Internacional de Folkcomunicação. Ponta Grossa: UEPG,. Disponível em: <http://www.revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/view/560/395>. Acesso em: 10 de abril de 2017
- Oliveira, J. C. A de (2009) Forma e conteúdo. Revista de História da Biblioteca Nacional (Rio de Janeiro), v. 1, p. 30-31, n. 1
- Panofsky, Erwin. (1976) *O significado nas artes visuais*. São Paulo: Perspectiva,. 444 p. II.
- Prampolini, E. (1983). *El surrealism y el arte fantástico de México*. (2ª ed). México: IIE, Universidad Nacional Autónoma de Mexico.
- Santaella, L. (1992). *Cultura das mídias*. São Paulo: Razão Social.
- Thompson, J. B. (2008). *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. (10ª ed). Petrópolis: Vozes.
- Vovelle, M. (1987). *Ideologia e mentalidades*. São Paulo: Brasiliense
- .