

CÓDIGOS,
SÍMBOLOS
E SINAIS:
O CASO DOS
EX-VOTOS
MEXICANOS

[ARTIGO]

José Cláudio Alves de Oliveira

[RESUMO ABSTRACT RESUMEN]

O presente artigo, mais uma produção do Projeto Ex-votos do México, se aporta na semiótica, iconografia e iconologia para analisar alguns casos representados pelos ex-votos mexicanos, como fonte de estudos da comunicação social, representativos da identidade cultural, e enaltecidos como media da cultura popular, que a partir da simplicidade da escrita, formas e traços artísticos e abstratos, elucidam questões individuais e coletivas.

Palavras-chave: Ex-votos. Arte. Semiótica. Iconografia. Estudos culturais.

This article, another production of Ex-votos Mexico Project , brings in semiotics, iconography and iconology to analyze some cases represented by ex-votive Mexicans, as a source of studies of the media, representatives of cultural identity, and lauded as media of popular culture, that from writing simplicity, shapes and artistic traits and abstract elucidate individual and collective issues.

Keywords: Ex-votos. Art. Semiotic. Iconography. Culture studies.

Este artículo es una producción más del Proyecto Ex-votos de México, se vale de la semiótica, la iconografía y la iconología para analizar algunos casos representados por los exvotos mexicanos, como fuente de estudios de los medios de comunicación representativos de la identidad cultural, y enaltecidos como medios en la cultura popular, que a partir de la simplicidad de la escritura, las formas artísticas, abstractas y líneas, aclaran cuestiones individuales y colectivas.

Palavras-chave: Ex-votos. Arte. Semiótica. Iconografía. Estudios culturales.

INTRODUÇÃO

Em dezembro de 2013 e novembro de 2014, o Projeto “Ex-votos do México: da iconografia à memória social” foi aprovado com mérito e fomento pelo CNPq, em dois editais subsequentes, o que tornou concreta a pesquisa enquanto planejamento para as suas incursões em salas de milagres e museus mexicanos. Esse feito foi possível após a base concretizada, entre 2011 e 2014, com o Projeto “Ex-votos das Américas”, que pesquisou e analisou ex-votos nos EUA, México e América Central.

Desse modo, o Projeto Ex-votos do México, em continuidade a partir da base que implementou (quadro 1), com o mapeamento que abrange o mais recôndito local de desobriga ex-votiva, ao mais refulgente e conhecido ambiente que possui acervos ex-votivos, vem pesquisando, estudando e analisando a rica tipologia dos ex-votos mexicanos.

[QUADRO 1] ESPAÇOS E ACERVOS MAPEADOS E INCURSIONADOS NO PROJETO EX-VOTOS DO MÉXICO

1	Santuários Nossa Senhora de Guadalupe	Museu	-
2	Santuário de Chalma	Sala de milagres	Igreja
3	Santuário San Francisco de Asis, em San Luis	Sala de milagres	Igreja
4	Sala de milagres de Jesus Malverde	Sala de milagres	-
5	Santuário San Miguel de Milagro, na Nativitas	Sala de milagres	Igreja
6	Museu Nacional do México	Exposição	-
7	Santuário Niño del Cerrito	Sala de milagres	-
8	Basilica de Guanajuato	Sala de milagres	Igreja

Disponível também em <www.projetosex-votosdomexico.net>

Acesso em 29 de abril de 2016

A proposta do Projeto gira em torno de três metas acadêmicas. **A primeira**, e evidente, é a pesquisa de campo, que visa documentar e analisar os ex-votos dos principais santuários e museus do México; **a segunda** meta, com toda coleta da pesquisa, visa atualizar, divulgar e partilhar a pesquisa no seu principal portal, o www.projetosex-votosdomexico.net, para apoiar os estudos de pesquisadores e estudantes. A última meta, já concretizada,

é a manutenção e manteneção do NPE (Núcleo de Pesquisa dos Ex-votos), que desde 2008 está voltado para estudos sobre os ex-votos, direcionado à pesquisa e extensão na UFBA, colaborador do Departamento e PPG Museologia, de pesquisadores, e base para articulações dos Projetos Ex-votos do Brasil (2005-2011) e Ex-votos das Américas (2011-2014). (www.nucleodepesquisadosex-votos.org. Acesso em 09 de maio de 2016)

A escolha por iniciar a fase “México” refletiu da aproximação que há nos ambientes ex-votivos com o Brasil, da diversidade tipológica e iconográfica, da riqueza histórica dos seus santuários e museus, do multiculturalismo gerado pelas romarias e peregrinações, sobretudo em Guadalupe e Chalma. Enfim, uma riqueza ex-votiva que, durante incursões e após análises iconográficas, sobrepõe ao que foi pesquisado nos EUA (Tarpon Springs e Tucson) e nas salas de milagres dos países da América Central e Porto Rico, no Projeto Ex-votos das Américas (2011-2014)

Outro fator são os portentosos santuários do México, como São Francisco, Chalma e Guadalupe. Este, considerado o de maior visitação dentre os santuários católicos das Américas. Vale notar também o curioso caso da sala de milagre do “santo protetor dos narcotraficantes”, Jesus Malverde, no norte do México, que possui uma sala de milagres de médio porte, com uma estética aproximadora à casa dos milagres, em Juazeiro do Norte, Brasil, que por uma ligação religiosa, advém de outro “santo do povo”, o Padre Cícero Romão Batista, “Padim Ciço”.

Desta forma, tal qual iniciou e prosseguiu o “Ex-votos das Américas”, o Projeto Ex-votos do México vem tecendo estudos tipológicos e iconográficos, e buscando demarcação, com mapeamento, de outras salas de milagres para futuras incursões, e com as descobertas de uma variedade e riqueza signica retratada a partir do ex-votos naquele país. Esse esforço está objetivado para até novembro de 2017, mas com resultados parciais e contextualizados apresentados, em síntese, nas páginas que se seguem.

2. O EX-VOTO

Trazer um escopo teórico para falar do ex-voto não é tarefa difícil. Ele reside em várias fontes científicas, notadamente nas ciências da Comunicação, Antropologia, Psicologia e História. Todavia, cabe aqui apontar os caminhos que trouxeram os estudos em dois fortes campos que acolhem esta temática: a cultura – por se tratar de objetos que estão expostos em ambientes de visitação, seja no museu, seja nas salas de milagres – e a comunicação social – que norteia o ex-voto, como mídia, nas áreas da semiótica, iconografia, folkcomunicação e no mundo da informação.

Assim, diante do estudo sobre os ex-votos, originalmente iniciado pelo veículo da arte, não há marcos determinantes que possam prender tipologia e categorias ex-votivas. Há uma questão de origem, e que deve ser a base para a conceituação e definição desse elemento.

Há a questão do testemunho, que faz do ex-voto uma fonte rica para o estudo da história. E dois pontos fundamentais que incorrem sobre as artes e a comunicação social. O quesito da arte, que mostra o ex-voto nos seus formatos pictóricos, escultóricos, desenho e fotografia, embora hoje os fiéis estejam buscando outras soluções, como objetos industrializados, digitais, de uso doméstico e objetos orgânicos.

Os objetos artísticos necessitam de estudos iconográficos e iconológicos para a compreensão, não apenas da forma, mas do conteúdo social que o crente quer expressar, pois no veículo artístico se guarda e se

traz a descrição de fatos e acontecimentos que mostram à sociedade um percurso de história de vida.

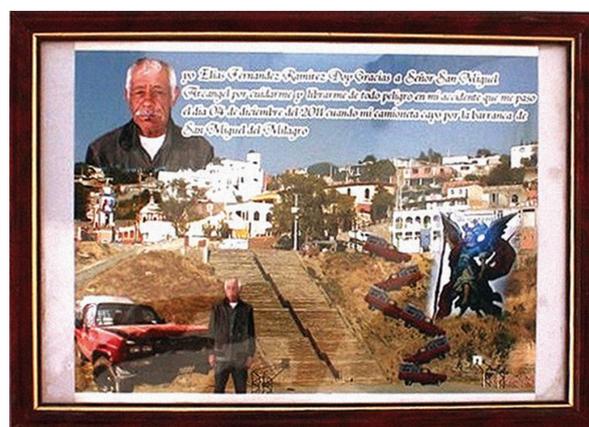
Do ponto de vista comunicacional estão mensagens e informações contidas nos ex-votos, sejam elas bastante evidentes, como nos textos em bilhetes e cartas, que se pode elucidar, além de assuntos de cunho local, regional e nacional, questões da gramática, quando se percebe a língua portuguesa em perfeição ou imperfeição, num universo daquilo de Luiz Beltrão (1971) preconizou como processo folkcomunicacional. Ou nos casos onde as mensagens são completamente ocultas, trazidas das placas de carro, das aeronaves e casas em miniatura, dos troféus, das mechas de cabelos e brinquedos, em cujos conteúdos estão os significados mais íntimos e escondidos do poder comunicacional, que requer um estudo mais aprofundado da semiótica.

Por esses fatores o ex-voto adentra no campo da comunicação social, por ser uma forte mídia que torna pública a voz do romeiro, do peregrino, enfim, do crente. Na rica tipologia das mensagens ocultas, em outros momentos facilitadas pelos bilhetes, cartas, inscrições ou na própria expressividade do objeto artístico, com os seus sinais e signos, sempre com um conteúdo comunicacional que, unido à rica tipologia, traz à sociedade a divulgação do sofrimento, da alegria, do amor, da dor, das conquistas que muitas pessoas exclamam no espaço “dos milagres”.

Como bem afirma Silva (1981), o aspecto “testemunhal do ex-voto exige um processo de comunicação social”, no qual se pode perceber as formas ex-votivas de representação iconográfica da graça obtida,

que envolvem as ocorrências que motivaram a graça (doença, obtenção da terra para plantar, da casa, do carro, do acidente etc.) representada em situações diversas, como a do Sr. Elias Fernandez Ramires (Imagem 1), que cria um pôster com foto da cidade, da estrada e montanha, mixando a capotagem do seu carro, em San Miguel, no México:

[IMAGEM 1] EX-VOTO PICTÓRICO DO SR. ELIAS. MÉXICO



Yo Elias Fernandez Ramires Doy Gracias a Señor San Miguel Arcangel por cuidarme y librar me de todo peligro en mi accidente que me passo el dia 04 de diciembre del 2011 cuando mi camioneta cayo por la barranca de San Miguel del Milagro. (transcrição ipsi textos). [sic]

Foto: Natália Marques da Silva. México, 2012

O quadro do Sr. Elias mostra o acontecimento durante e depois de um acidente. O “durante” é demonstrado num esquema tosco em que se coloca o seu carro despenhando de uma ribanceira. É perceptível a edição fotográfica com montagens através das novas tecnologias, representadas

na alusão e descrição do milagre, tendo repetição e inclusão de imagens. Na parte central, são visíveis construções arquitetônicas residenciais, aparentando ser o centro urbano da região onde se localiza o Santuário de São Miguel. Ao lado esquerdo se vê a alusão da trajetória do deslizamento feito pelo automóvel, é o registro do momento inicial ao final em movimento sinuoso com o término dentro de um campo; a representação da imagem de São Miguel Arcanjo segurando o báculo na mão direita e revestido por iluminação nos tons branco e azul, sendo essa coloração azulada em virtude de falha da impressão; de forma centralizada se nota a escadaria com alusão ao declínio e a ascensão do fiel; à direita se vê a caminhonete vermelha com uma simples danificação no capô.

É perceptível que após o acidente o Sr Ramirez, que se encontra de pé ao lado do veículo, objetiva dar veracidade ao acidente retratando todo o percurso com a representação do objeto imaterial, transformando e elaborando a construção fotográfica e apresentando o seu louvor à intercessão de São Miguel. Tudo montado num simples programa de computador.

A fotomontagem é uma demonstração comunicacional em que o indivíduo apresenta ao público, ao santo milagreiro e a Deus, o fato, o acontecimento, um trecho da sua história vencedora após a ajuda do santo para o qual ele “paga” a “promessa” e almeja como figura latente para a continuidade da vida, numa demonstração popular de divulgação da graça alcançada.

3. A PINTURA

Os ex-votos pictóricos em telas, tábuas ou papel, são as primeiras formas ex-votivas tradicionais a serem analisadas por pesquisadores, principalmente por suas importâncias documentai e midiática, que se projetam no 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, no urbano, em qualquer tempo, desde que projetem os acontecimentos.

O ex-voto pictórico, marco tradicional dos ex-votos na América Latina, hoje pouco trabalhado no Brasil, largamente produzido no México, 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, também conhecidas por “retablos”, produzidas em San Miguel del Milagro, Guadalupe e Chalma, dentro de seus elementos constitutivos, pertence ao alfabeto de uma escrita implícita, na qual a história narrada é a sintaxe.

Como explica Prampolini (1983, p. 37), referindo-se ao que Frida Kahlo toma dos ex-votos:

Frida inclui a alma popular, exvoto [...] a sinceridade, a infantilidade das formas, e para a realização de uma verdade que, certo modo parece conter uma mentira, porque não demarca os limites do mundo real [...] e mundo da invenção[...]

No ex-voto está expressa uma verdade subjetiva que parece mentira aos olhos incrédulos ou “cultos”, e é tão real o acontecimento

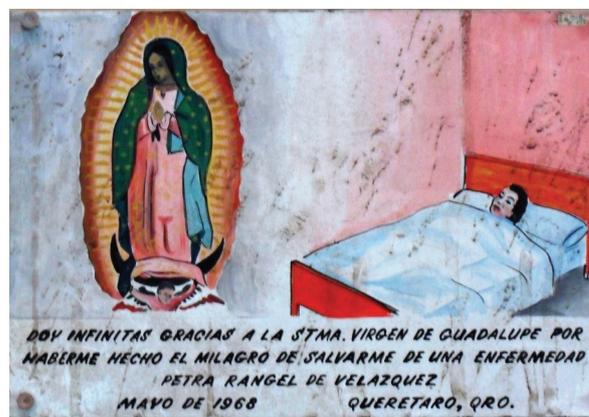
como a intervenção “extraterrestre” (no sentido espiritual) que se torna possível no milagre. (PRAMPOLINI, 1983, p. 47)

As convenções artísticas nas pinturas ex-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, em 1929 observou que “tanta gente atarefada pintando coisas comuns a todos, acabou desenvolvendo uma linguagem”. A linguagem que a pesquisadora revela é a que hoje denominamos de “ex-votiva”, que está nas cartas, bilhetes e nas legendas dos ex-votos pictóricos.

Na sua tradição, disseminada da Europa às Américas, o ex-voto usa uma dupla narração: imagética e verbal. Em geral, a imagem, ou imagens milagrosas, vem na parte superior, proporcionando o redimensionamento do espaço celeste. O texto, em verbete, aparece na parte inferior, na maioria dos exemplos, embora haja tipos em que a narrativa textual, já no século XX, é colocada na parte superior central ou em diagonal superior, como no exemplo do ex-voto do Sr. Elias (cf. imagem 1), que se consagra em formato mais contemporâneo.

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, como o documentado no Museu do Santuário da Virgem de Guadalupe, no México, o ex-voto datado de 1968, tradicional em sua estética, com escrita castelhana em caixa alta, e ainda bem preservado na galeria: (Imagem 2)

[IMAGEM 2] **EX-VOTO PICTÓRICO**
MUSEU DO SANTUÁRIO DE
GUADALUPE, MX



“DOY INFINITAS GRACIAS A LA STMA. VIRGEN DE GUADALUPE POR HABERME HECHO EL MILAGRO DE SALVARME DE UNA ENFERMEDAD PETRA RANGEL DE VELAZQUEZ MAYO DE 1968 – QUERETARO, QRO.” (sic)

Fonte: Projeto Ex-votos do México.

Na cena representada (Imagem 2), a construção pictórica se divide em duas partes. Do lado esquerdo do espectador está posta a imagem da padroeira, que se apresenta erguida sobre a lua em quarto crescente em preto, na qual se nota, na região da peanha, a presença de um arcanjo de carnação em tom bege, vestindo sobrepeliz em tonalidade vermelha com graduações, com as mãos arqueadas, segurando uma flâmula com tonalidade tal qual a da sobrepeliz. O arcanjo, abaixo do quarto crescente, possui asas abertas em tonalidade preta. Acima, a Virgem de Guadalupe de carnação em tonalidade bege mais escura que a do arcanjo, cabelos pretos, vestida por uma alva em tonalidade vermelha com graduações e uma túnica verde escura com pequenos círculos em tonalidade verde

mais clara no verso com o anverso em tonalidade azul claro, com as mãos em posição de oração, em resplendor; à direita, encontra-se uma cama na diagonal, encostada na parede do que aparenta ser um quarto, no móvel que é representado em tonalidade vermelha. Roupa de cama em tonalidade azul claro com graduações. Um corpo de um indivíduo prostrado abaixo da roupa de cama, com a sua cabeça à mostra, de carnação branca e cabelos pretos. A legenda em negrito e maiúsculas traz o fato e o agradecimento.

Outras características comunicacionais marcantes que sobressaem na maioria das tábuas e telas ex-votivas são a ortografia, a fonética e o uso de termos da linguagem coloquial que deixam em evidência o nível cultural do “pagador da promessa” ou até mesmo do “riscador de milagres”. As legendas são redigidas em geral na terceira pessoa, com sintaxes nem sempre claras, num vocabulário popular e sem ortografia apurada, mas é importante assinalar que tudo isso mostra a espontaneidade, e provoca a simpatia de quem contempla os ex-votos pictóricos. Além do mais, mostra que, no processo da mídia ex-votiva, a gramática “errada” é compreendida pelo observador, onde a probabilidade de percebermos uma história, mesmo que mal redigida, é possível. (LUHMANN, 1999, apud OLIVEIRA, 2007)

Por outro lado, cabe assinalar uma preocupação pela expressão em que a maioria dos ex-votos pictóricos apresenta. O predomínio dos verbos “invocar”, “mercê” e “agraciar” sempre em menção ao milagre que fez tal santo, após fulano ter invocado o pedido, é corrente no México em ex-votos do século XVIII ao século XXI.

Na produção pictórica 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 ou santeiro) que tece a obra a partir da narrativa do crente. O mesmo acontece com as cartas ex-votivas dos crentes analfabetos que ditam para as pessoas que sabem escrever ⁽¹⁾. Fatores bastante recorrentes em Bom Jesus de Chalma, Niño del Cerrito, Basilica de Guanajuato, Jesus Malverde e San Miguel del Milagro.

Os ex-votos possuem uma iconografia e simbologia próprias. A presença da divindade é um dos elementos definitivos na composição pictórica, pois rompe com os fatos visíveis do mundo e “estabelece a realidade de todos os demais elementos integrados à pintura, proporcionando significação e movimento” e conexão entre o material e o imaterial, o “real” e o sobrenatural. (PRAMPOLINI, 1983, p. 58)

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. (CALVO, 1994, p. 73) 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

[1] Em diversos santuários na América Latina como um todo, “fazedores de cartas” e “riscadores de milagres” ganham por escrever e descrever relatos deromeiros e peregrinos.

objetos utilizados no tempo, o mobiliário, os carros, a arquitetura.

O espaço pictórico do ex-voto tende à 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 enfatizam certo expressionismo das pinceladas: linhas palpitantes e aplicação de fortes cores justapostas.

Assim, o ex-voto – pictórico e legendado – cobra um forte dramatismo e logra aos observadores emoções, curiosidade e espanto, que, conseqüentemente, são impulsionados a participarem da narração intimista do sucesso.

4. ICONOGRAFIA, ICONOLOGIA E SEMIÓTICA

A iconografia é também entendida como o estudo das formas, da volumetria, dimensão, história e tipologia dos objetos imagéticos e tridimensionais. Dela, teoricamente afirmada por Panofsky (1976), advém 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 ou miniaturas de carros ou aeronaves.

Para Panofsky (Idem), o iconológico é o sentido da essência, ou seja, a interpretação iconológica vai além do estudo da forma, da descrição. O seu objeto 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, algo que esteja por trás do imagético iconografado, algo ideológico.

A iconologia vem a ser uma base teórica relevante para o estudo mental, 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 e dos seus aspectos intrínsecos e psicológicos.

Essa base teórica da Escola de Comunicação e Artes de Viena ganha sutil apoio da semiótica, que tem como campo específico de estudos os sistemas de sinais não linguísticos, sua natureza, estrutura e função, e como tal é um instrumento útil na análise de qualquer sistema de comunicação, aqui o ex-voto, principalmente quanto aos não artísticos e os que não possuem uma narrativa textual.

Para analisar um acervo ex-votivo, deve-se estudar os signos, trazidos pela variação de sinais utilizados nas diferentes linguagens (artísticas, escritas, fotográficas), sua natureza específica e os seus 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 etc.

Deste modo, a decodificação dos signos para elucidar as mensagens ex-votivas

é feita a partir da semântica, ramo da semiótica que estuda os significados, que decodifica uma mensagem a partir dos signos. (ECO, 1991)

Umberto Eco (1977, p. 15-16) 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 aqui proposto:

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, *idem*)

Para Eco (*Ibidem*), 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 signica 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.

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

sentido, umas em relação às outras. (METZ, 1974, p. 14)

A razão desse sentido decorre da “tradição ex-votiva”. Assim, o ex-voto, seja na forma escrita, artística ou na infinidade tipológica de objetos possíveis de serem analisados e interpretados, é passível à percepção visual e tátil, o que proporciona uma reserva para a decodificação-explicação da comunicação entre o crente e a divindade.

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

- a) A mensagem visual pode não ser analógica, ao menos no sentido corrente do termo. Encontra-se aqui, por um lado, o problema das imagens ditas “não figurativas” e, por outro lado, o problema dos ícones lógicos de Peirce, ou mais exatamente daquelas que são visuais;
- b) A analogia visual – e desta vez em sua compreensão corrente – admite variações que se poderiam chamar quantitativas. Trata-se, por exemplo, da noção dos diferentes “graus de iconicidade” em um autor como A. A. Moles (1974); é o problema da maior ou menor esquematização, da “estilização” em seus diversos níveis;
- c) A analogia visual admite variações qualitativas. A “semelhança” é apreciada diferentemente segundo as culturas. Numa mesma cultura há vários graus de semelhança: é sempre numa

certa relação que dois objetos se assemelham. Assim, a própria semelhança é um sistema, ou melhor, um conjunto de sistemas;

- d) A mensagem visual [ex-votiva] pode apresentar em seu aspecto global um forte grau de iconicidade sem por isso deixar de incluir em si relações lógicas mais ou menos sistematizáveis (aquelas mesmas que, se são conservadas após neutralização de outros desvios diferenciais, permitem passar progressivamente do *analogon* mais fiel ao esquema mais abstrato). Estas relações não são icônicas se bem que apareçam no ícone; algumas delas são “arbitrárias”. Assim, a própria semelhança contém sistemas;

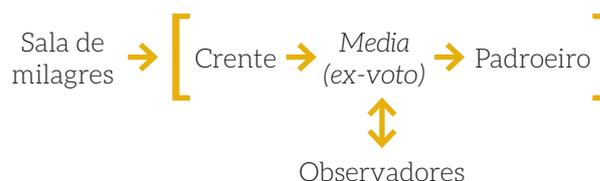
- e) Muitas mensagens ex-votivas, correntemente consideradas “visuais”, são na realidade textos mistos, e isto em sua própria materialidade: o caso das imagens ex-votivas com legendas.

Assim, o ex-voto, em sua diversidade, pode ser analisado e interpretado iconográfica e iconologicamente, semiótica e semiologicamente, dentro de parâmetros metodológicos, onde símbolos e sinais serão interpretados para que a mensagem ou o discurso decodificado venha à tona.

Mas vale ressaltar o canal principal que acolhe e evidencia a voz do povo ao santo e aos observadores: a sala de milagres. Também denominada “sala dos ex-votos”, “sala das *promesas*”. Ambiente de liberdade daqueles que fazem a sua desobriga, e dos que visitam somente para observar ou apreciar um mundo de histórias particulares e coletivas.

A própria expressão “sala de milagres” nos traz arquétipos das “promessas”, das “graças”, dos “milagres” e esses a infinidades de formas, como as pernas, cabeças, mãos, braços esculpido, “milagritos”, mechas de cabelos, roupas, que, combinadas com o ambiente o propósito forma o seguinte processo comunicacional: (esquema 1)

[ESQUEMA 1] **PROCESSO DE COMUNICAÇÃO NUMA SALA DEMILAGRES**



A sala acolhe a todos, do crente ao turista. Ela permite, sem taxas, a visita daqueles que, por curiosidade ou simpatia, se dirigem para ver a tipologia e as mensagens. Prevalece a espontaneidade popular, individual ou coletiva, e aqui a questão do processo de comunicação, cuja mídia principal é o ex-voto.

No México as salas de milagres são profusas e, diferente do Brasil, não há produção ex-votiva em parafina, e as esculturas em madeira são de tipologia muito diminuta. Fotografia, pintura e os *milagritos* são as tipologias mais dominantes. O caso mais singular mexicano está em Menino de Cerrito, onde a sala de milagres é repleta de brinquedos. São bonecos, carros, aeronaves, casinhas etc, de plástico, lata e resina, justificados pela sombra do Menino Jesus, daí a temática “brinquedos”. (Imagens 3 e 4)

[IMAGENS 3 E 4]
**EX-VOTOS EM FORMAS DE
 BRINQUEDOS SALA DE MILAGRES
 DA IGREJA DO MENINO DE
 CERRITO, MÉXICO.**



Fotografias de Natália Marques.

A profusão de elementos em uma “sala de milagres” proporciona uma codificação maior dos signos ex-votivos. 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 às diversas formas específicas de almejar e de comunicar no “espaço dos milagres”.

Cabe também indagar e colocar o problema da práxis da teoria. Umberto Eco (1977, p.24), afirma que a [...] “semiótica não é somente uma teoria, deve ser também uma forma de práxis”. O assunto cresce de interesse ao se considerar a importância assumida pelos meios de comunicação de massa da atualidade. E cresce também quando o cientista sabe que romeiros ou peregrinos criam e possuem códigos para testemunhar as suas “promessas”, 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, p.13):

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.

Para Santaella (Idem, idem), 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” entre comunicação e cultura.

A autora, ao revelar a impossível separação entre cultura e comunicação, ressalta a semiótica como apta a desempenhar um papel fundamental no estudo dos meios de comunicação ou aquilo que “preferimos [...] chamar de mídias” (SANTAELLA, 1992) nos berços populares e de massa.

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.

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

A filósofa 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 que 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)

Langer (Idem) 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.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Michel Vovelle, em seu livro sobre história e mentalidades, alerta que um pesquisador atento precisa, pois, usar de artimanhas para romper o silêncio, analisar os gestos, os comportamentos e as práticas tal 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, percebe-se a importância privilegiada de que se reveste a imagem, sob todas as suas formas, para o conhecimento da sensibilidade popular tanto profana como religiosa.

E é nesse quesito que nos deparamos com os objetos ex-votivos. Formas de agradecimento que trazem ao lume intimidades, revelações ou repercussões individuais, comunitárias, sociais, regionais e até mesmo nacionais nas suas mensagens, que, em razão das diversas configurações não escritas, nos impõem a uma gramática que

força, por vezes, encontrar os seus atores para que possam revelar as particularidades dos conteúdos informativos demarcados em peças variadas que vão da mecha de cabelo à pintura abstrata, de uma miniatura de aeronave a uma foto 3X4.

Intimidades e revelações que exaltam o indivíduo e a coletividade, que mostram, através do universo ex-votivo, a fala de quem não consegue, em canais mais nobres dos *media*, exaltar os seus problemas ou as suas curas. E mostrar à sociedade a liberdade de expressão através dos variados suportes de uma tradição milenar da cultura popular. ■

[JOSÉ CLÁUDIO ALVES DE OLIVEIRA]

Doutor em Comunicação e Cultura Contemporânea, pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Pós-doutorado em Comunicação e Tecnologias, pela UMinho, Portugal. Professor Associado II do Departamento de Museologia da UFBA. Coordena o Núcleo de Pesquisa dos Ex-votos e o Projeto Ex-votos do México (CNPq).
E.mail: claudius@ufba.br

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BELTRÃO, Luiz. **Comunicação e folclore: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação e expressão de ideias**. São Paulo Melhoramentos, 1971. 152 p. il.

CALVO, Thomas. **Paysages: une lectue des ex-voto mexicains 1870-1990**. *Revista Cultura del IFAL*, n. 14, p. 73, 1994.

ECO, Umberto. **O signo**. Lisboa: Progresso, 1977. 180 p.

_____. **Estrutura ausente**: introdução à pesquisa semiológica. 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 1991. 427 p.

LANGER, Suzanne. **Filosofia em nova chave**. São Paulo: Perspectiva, 1971. 210 p.

MOLES, Abraham Antoine. **Sociodinâmica da cultura**. Tradução de Mauro W. Barbosa de Almeida. São Paulo: Perspectiva, EDUSP, 1974. 335 p. il.

OLIVEIRA, José Cláudio Alves de. "Semiologia dos ex-votos na Bahia: Arte, Simbolismo e Comunicação Religiosa". In: **Revista Internacional de Folkcomunicação**, Vol. 5, n. 9 (2007), p. 1-20. Ponta Grossa: UEPG. Disponível em: <www.revistas.uepg.br/index.php/folkcom/article/view/560> Acesso em: 18 de abril de 2015.

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

PRAMPOLINI, Ida Rodriguez. **El surrealism y el arte fantástico de México**. 2. ed. México: IIE, Universidad Nacional Autónoma de Mexico, 1983. p. 60

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

SILVA, Maria Augusta Machado da. **Ex-votos e orantes no Brasil**. Rio de Janeiro: MHN-MEC, 1981. 178 p.

VOVELLE, Michel. **Ideologia e mentalidades**. São Paulo: Brasiliense, 1987. 417p.

REFERÊNCIAS ELETRÔNICAS

NPE. <http://www.nucleodepesquisadosex-votos.org/>. Acesso em 09 de maio de 2016

Projeto Ex-votos das Américas. <http://www.ex-votosdasamericas.net/>. Acesso em 09 de maio de 2016

Projeto Ex-votos do México. <http://www.projetoex-votosdomexico.net/>. Acesso em 09 de maio de 2016

Projeto Ex-votos do Brasil. <https://projetoex-votosdobrasil.net/>. Acesso em 09 de maio de 2016